

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-31  
품목 | 식혜(Sikhye)  
HS CODE | 2202.99-3000  
국가 | 일본(Japan)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 일본 무알코올 음료 시장규모	06
2. 일본 무탄산 음료 시장규모	07
3. 일본 식혜 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 일본 식혜 경쟁제품, '아마자케' 가장 인기	11
2. '마르코메', 일본 식혜 경쟁브랜드 1위	12
3. '병', '500g' 패키징 가장 많이 사용	13
4. 일본 식혜 제품, '한국산' 강조	14

#### IV. 유통채널

---

1. 일본 식혜 유통채널 점유율	16
2. 일본 식혜 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 일본 식혜 통관 및 검역 절차	30
2. 일본 식혜 품질 인증	33
3. 일본 식혜 라벨링	37
4. 일본 식혜 성분 및 유해물질	45

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 칸비니(Kanbini)	49
2. 캉고쿠히로바(Kangkoku Hiroba)	53
3. 해피그룹(Happy Group)	56

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	60
--------	----

※ 참고문헌	62
--------	----



HS CODE : 2202.99-3000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# SUMMARY

# 일본 식혜 시장

## 시장 현황

### 무알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



### 무탄산 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입 규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석



\* 일본 온라인쇼핑몰 식혜 제품 1,425건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정관세율 13.4%

**사전 준비**  
일본 후생노동성 사전 등록  
수출입안전관리우수업체(AEO)

### 품질 인증



### 라벨링 유의사항

**필수 표기사항**  
일본어 표기 必, 상품명, 원재료명, 내용량, 유통기한, 식용첨가물, 보존방법, 알레르겐, 영양성분, 원산지 등

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

일본 내 식혜 유사제품 일본 내 식혜와 유사한 제품의 '아마자케'와 수정과와 유사한 제품인 '히야시야메' 제품 수요 확인  
주요 트렌드 최근 식혜는 여름에 열사병을 방지할 수 있는 제품으로 알려져 인지도가 상승하고 있음  
주요 타겟층 현재 한국 문화를 좋아하는 나이가 있는 여성이 주요 소비층이지만, 젊은 세대로 타겟층을 넓힐 수 있을 것으로 보임

### Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품의 소비자 가격은 다른 제품 대비 저렴한 편임, 제품 홍보 시 효능을 강조하는 것을 추천함  
추천 홍보방법 식당 내 샘플링 행사, 오프라인 매장의 신제품 대대 진열, 각종 식료품 전시회 참여를 통한 시식 이벤트 등의 방법을 추천함  
추천 유통채널 도쿄 '신오쿠보'에 있는 한국 마트, 아마존, 야후 쇼핑, 라쿠텐 등의 온라인 유통채널, 동네 마트나 편의점, 자판기 등을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 일본 무알코올 음료 시장규모
2. 일본 무탄산 음료 시장규모
3. 일본 식혜 수입규모

## 1. 일본 무알코올 음료 시장규모

### 일본 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	37만 8,000km <sup>2</sup>
인구	1억 2,568만 명
GDP	4조 2,311억 달러
GDP (1인당)	3만 3,815달러

#### ▶ 일본 무알코올 음료 시장규모 87.4조 원, 연평균 2.0% 성장

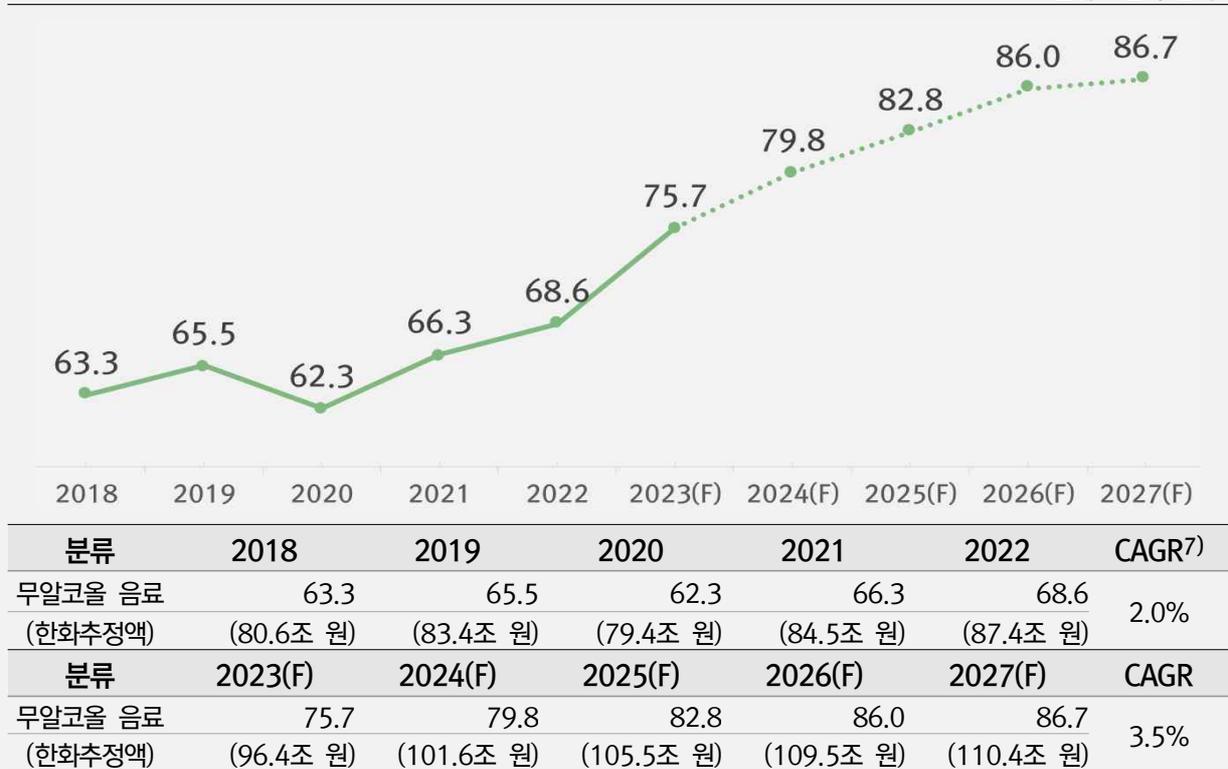
2022년 기준 일본 무알코올 음료 시장규모는 87.4조 원이며, 최근 5년(2018-22년) 간 평균 83.1조 원의 소비량을 보임

#### ▶ 일본 무알코올 음료 시장규모, 향후 5년간 3.5%씩 성장 예상

일본 무알코올 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.5%씩 성장하여 2027년 110.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 일본에서는 술에 취하기 보다 술을 즐기는 소비자나 건강 지향적인 소비자의 규모가 증가함에 따라 당질 제로, 칼로리 제로, 알코올 제로 등 건강에 도움 되는 음료 소비가 증가함<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 일본 무알코올 음료 시장규모<sup>4)5)6)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 자료: 식품유통신문, 「커지는 일본 non-alcoholic 음료 시장에 '가능성' 추가」, 2023.01
- 3) 조사제품 '식혜'는 엿기름 가루를 우려낸 물을 쌀밥에 부어서 식힌 음료임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '무탄산 음료'의 시장규모와 상위품목인 '무알코올 음료'의 시장규모를 조사함
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Non-Alcoholic Drinks Japan」, 2023.08
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 일본 무탄산 음료 시장규모

### ▶ 일본 무탄산 음료 시장규모 10.4조 원, 연평균 2.0% 하락

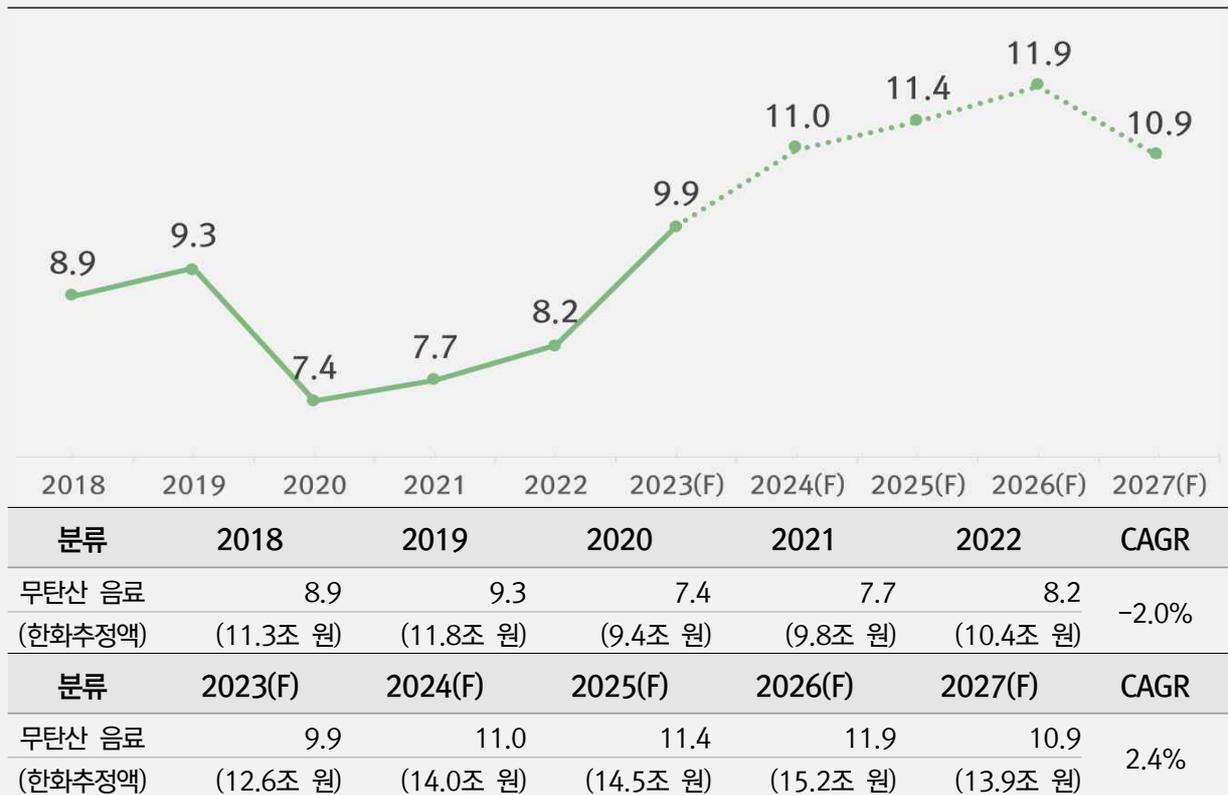
2022년 기준 일본 무탄산 음료 시장규모는 10.4조 원으로 최근 5년(2018-22년)간 평균 10.6조 원으로 꾸준한 소비량을 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 2.0% 하락했으나 특히 2020년에는 전년 대비 20% 하락했고, 해를 거듭하면서 점차 회복되는 추세임

### ▶ 일본 무탄산 음료 시장규모, 향후 5년간 2.4%씩 성장 예상

일본 무탄산 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.4%씩 성장하여 2027년에는 13.9조 원에 달할 것으로 전망됨. 2026년까지 시장규모는 계속 증가하여 2026년에는 15.2조 원을 달성할 것으로 예측되나, 2027년에는 전년 대비 10%가량 규모가 위축될 것으로 예상됨

[표 2.2] 일본 무탄산 음료 시장규모<sup>8)9)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

8) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Non-Carbonated Soft Drinks\_Japan」, 2023.08

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 일본 식혜 수입규모

#### 식혜 HS CODE

해당 장에서 식혜는 HS CODE 2202.99으로 분류. HS CODE 제2202호의 품명은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물, HS CODE 2202.99-3000의 품명은 식혜로 확인

#### ▶ 2018-22년 일본 HS CODE 2202.99 對글로벌 연평균성장률 2.9%

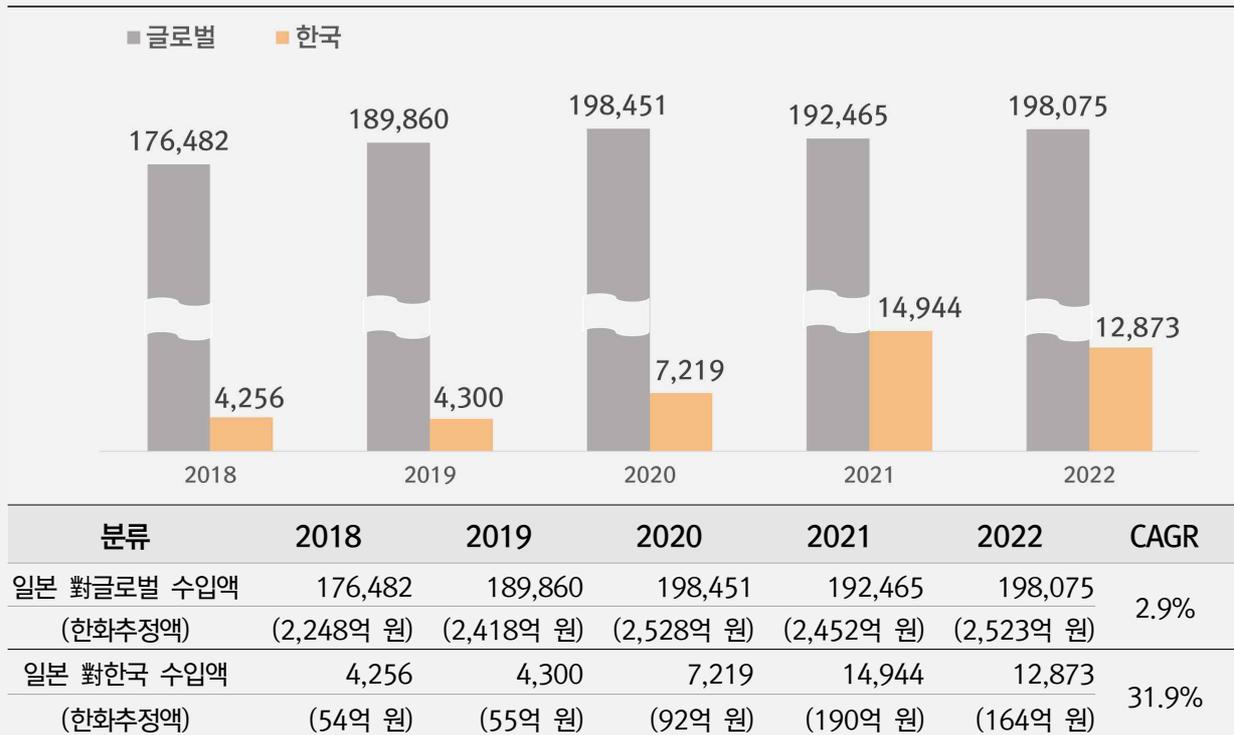
일본 내에서 HS CODE 2202.99 품목인 식혜의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 2.9%를 보이면서 2022년도에는 2,523억 원의 수입액을 기록함. 지난 5년간 연평균성장률이 2.9%인데 비해 2019년과 2020년에는 전년 대비 각각 8%, 5%의 비교적 높은 성장률을 기록함

#### ▶ 일본 내 HS CODE 2202.99 품목 수입, 한국산 상위 4위

최근 5년(2018-22년)간 일본 내 식혜의 對한국 수입액 평균은 111억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 4위를 차지함. 1위국 스위스(1,478억 원, 59%)는 연평균성장률 3.7%를 기록했고, 2위국 독일(198억 원, 8%)은 연평균 104.2%를 성장함. 3위국 미국(180억 원, 7%)은 연평균 22.6% 하락함

[표 2.3] 일본 HS CODE 2202.99 수입규모<sup>10)11)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## III 시장트렌드



1. 일본 식혜 경쟁제품, '아마자케' 가장 인기
2. '마르코메', 일본 식혜 경쟁브랜드 1위
3. '병', '500g' 패키징 가장 많이 사용
4. 일본 식혜 제품, '한국산' 강조

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 일본 온라인매장 입점 식혜

- 데이터 수집 키워드 : 아마자케(甘酒), 식혜(シッケ), 수정과(水正果), 한국전통음료(韓国伝統飲料)
- 데이터 수집량 : 1,425건
- 데이터 수집원 : 일본 온라인쇼핑몰 큐텐(Qoo10)

### ▶ 일본 온라인매장 입점 식혜 특징 분석

- 데이터 분석 항목  
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/일본어)		빈도	키워드 (국문/일본어)		빈도
경쟁제품	아마자케	甘酒	1,031	수정과	水晶果	23
	식혜	シッケ	69	율무차	ハトムギ	16
	쌍화차	サンファ	52	대추차	なつめ	16
	아마자케 분말	粉末	49	유자차	柚子	14
	아몬드차	アーモンドティー	24	밀식혜	ミル	11
경쟁브랜드	마르코메	マルコメ	347	담터	ダムト	71
	시노자키	篠崎	296	마르크라	マルクラ	55
	모리나가	森永	130	오뚜기	オットギ	49
	야마자키	山崎	90	오리제	Oryzae	12
	팔도	ビラク, Paldo	76	곰표	コムピョ	4
패키징	병	本	741	500g	500g	301
	캔	缶	196	190g	190g	265
	봉지	袋	117	1,000ml	1,000ml	219
	팩	パック	112	238ml	238ml	215
	포	包	49	125ml	125ml	201
홍보문구	한국산	韓国	343	요구르트와 함께	ヨーグルト	54
	전통음료	伝統	162	스틱 포함	スティック	42
	건강음료	健康	100	다양한 과일 맛	フルーツ	20
	설탕 무첨가	砂糖	92	전통있는	の伝統	17
	선물용	ギフト	55	날개 포장	個包装	13

## 1. 일본 식혜 경쟁제품, ‘아마자케’ 가장 인기

### ▶ 일본 전통 ‘아마자케’, 가장 인기 있는 식혜 경쟁제품

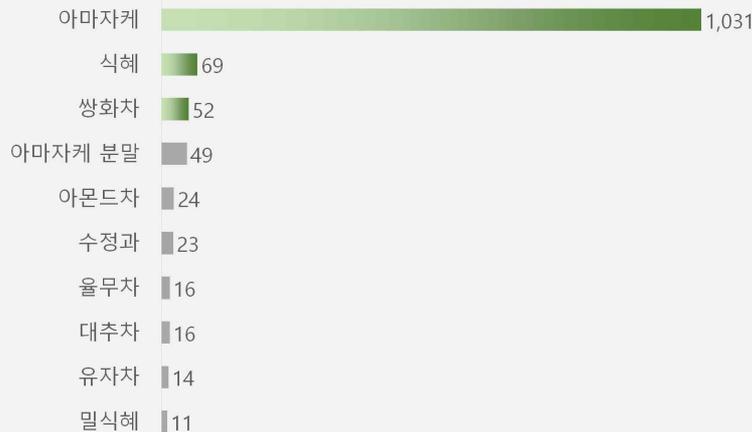
- 일본 식혜 경쟁제품 관련 키워드 중 일본식 식혜 ‘아마자케’가 1,031건으로 압도적으로 1위
- 여러 가지 과일 맛을 첨가하거나 분말 형태로 가공하는 등 일본 전통음료 ‘아마자케’를 다각화한 제품 다수 등장

### ▶ 일본 온라인몰, 다양한 한국 전통음료 판매 중

- 일본 온라인몰에서 일본 ‘아마자케’ 경쟁제품으로, ‘식혜’, ‘쌍화차’, ‘수정과’, ‘울무차’, ‘대추차’ 등 다양한 한국 전통차 제품 판매 중
- ‘식혜’는 ‘아마자케’와 달리 팔도 ‘비락식혜’와 곰표 ‘밀식혜’ 제품 등 단일상품이 주를 이루며, 소규모 업체의 유기농 식혜 제품도 존재
- 식혜 제조에 필요한 엿기름도 일본 온라인몰에서 판매 중

아마자케		식혜		쌍화차	
					
제품명	구니키쿠 아마자케	제품명	비락식혜	제품명	쌍화차 플러스
브랜드	시노자키(篠崎)	브랜드	팔도(八道)	브랜드	담터(담트)
중량	985g * 6병	중량	238ml * 24캔	중량	15g * 15스틱
가격	4,584엔(41,035원 <sup>12)</sup> )	가격	3,990엔(35,718원)	가격	615엔(5,505원)

[표 3.1] 일본 판매 식혜 경쟁제품 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘식혜’ 관련 게시물 1,425건 분석

12) 100엔=895.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. ‘마르코메’, 일본 식혜 경쟁브랜드 1위

### ▶ ‘마르코메’, 일본 식혜 경쟁브랜드 키워드 빈도수 1위

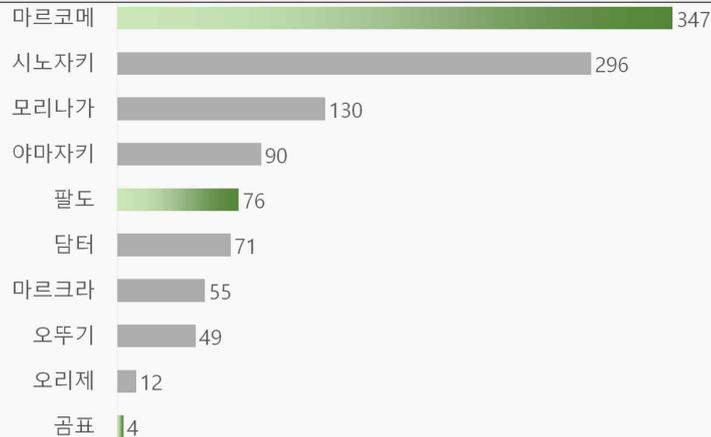
- 아마자케 브랜드인 ‘마르코메’가 일본 식혜 경쟁브랜드 키워드 중 빈도수 347건으로 1위
- 2위를 차지한 ‘시노자키’도 ‘구니키쿠(国菊)’라는 아마자케 브랜드로 296건 도출

### ▶ 팔도 ‘비락식혜’ 등 한국 전통음료 브랜드 다수

- 식혜 브랜드로는 한국 ‘팔도’의 ‘비락식혜’ 제품이 대다수를 차지했으며, ‘곰표’ 밀식혜 제품도 확인
- ‘팔도’는 ‘비락수정과’ 제품도 판매 중
- 그 외 일본 온라인몰에서 판매 중인 한국 브랜드 제품으로 ‘담터’의 ‘호두·아몬드 울무차’, ‘오뚜기’의 ‘꿀유자차’, ‘생강차’, ‘녹차원’의 ‘레몬생강차’ 등 확인

마르코메		팔도		곰표	
					
제품명	고지 아마자케 두유	제품명	비락수정과	제품명	곰표 밀식혜
브랜드	마르코메(マルコメ)	브랜드	팔도(八道)	브랜드	곰표(コムピョ)
중량	1000ml * 12팩	중량	238ml * 12캔	중량	1.8L * 2병
가격	4,868엔(43,577원)	가격	1,920엔(17,187원)	가격	2,999엔(26,765원)

[표 3.2] 일본 판매 식혜 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘식혜’ 관련 게시물 1,425건 분석

### 3. '병', '500g' 패키징 가장 많이 사용

▶ '병', 일본 식혜 제품 패키지로 가장 많이 사용

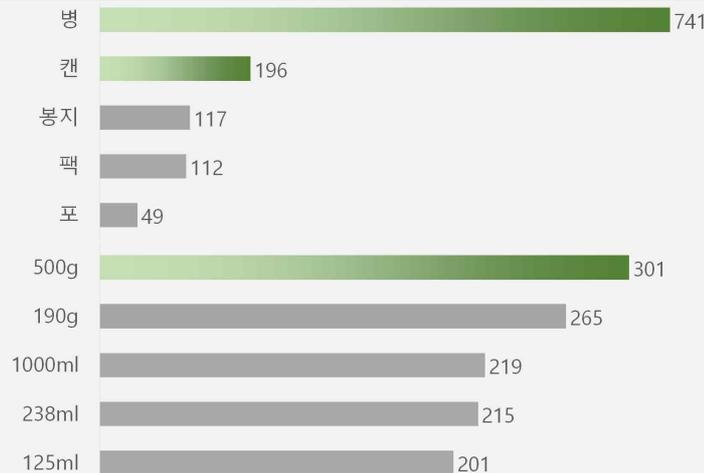
- 패키징 관련 키워드 조사 결과, '병' 키워드 741건, '캔' 196건 도출
- 제품 또는 브랜드에 따라 선호하는 패키지 상이, 식혜의 경우 '캔' 제품이 가장 많았으며, 아마자케 중 시노자키의 구니키쿠 브랜드는 '병'을, 마르코메는 종이팩 선호
- 중량 상관없이 날개 판매보다는 묶음 판매 제품이 다수

▶ 중량으로는 '500g'이 최다 빈출

- 중량 관련 키워드로는 '500g'이 301건으로 가장 많이 도출, 뒤이어 '190g'이 265건
- 위 중량은 아마자케 음료 제품이 많았으며 유자차 등 한국 전통차 제품도 존재

병		캔		500g	
					
제품명	아마자케 고요메	제품명	히야시 아마자케	제품명	츠클리자카야노노코 아마자케
브랜드	이치코지(一糶)	브랜드	모리나가(森永)	브랜드	덴료쇼쿠인(天領食品)
중량	500g	중량	190g * 30캔	중량	500g * 12병
가격	840엔(7,520원)	가격	2,830엔(25,333원)	가격	8,059엔(72,142원)

[표 3.3] 일본 판매 식혜 패키징/중량 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '식혜' 관련 게시물 1,425건 분석

## 4. 일본 식혜 제품, ‘한국산’ 강조

### ▶ 일본 식혜, ‘한국산’ 키워드로 제품 강조

- ‘한국산’ 키워드가 343건으로 최다 도출
- 실제 판매 중인 제품 확인 결과, 식혜, 울무차, 유자차 등 종류와 상관없이 한국에서 생산, 판매되는 제품은 모두 ‘한국산’ 문구를 사용해 홍보

### ▶ ‘건강음료’, ‘설탕 무첨가’ 등도 홍보문구로 사용

- ‘건강음료’ 키워드 100건, ‘설탕 무첨가’ 키워드는 92건으로, 전통 방식으로 제조하여 유해한 첨가물이 함유되지 않은 점을 강조하는 제품도 다수
- ‘다양한 과일 맛’을 첨가하여 전통음료의 맛을 각색한 제품도 존재

한국산		설탕무첨가		다양한 과일맛	
					
제품명	명인이 만든 유기농 식혜	제품명	아마주 아마자케	제품명	치호마로 아마자케
브랜드	오르가(ORGA)	브랜드	이치비키(イチビキ)	브랜드	다카치호(高千穂)
중량	1.2L	중량	330g * 2팩	중량	150g * 6병
가격	2,000엔(17,904원)	가격	1,728엔(15,468원)	가격	3,364엔(30,113원)

[표 3.4] 일본 판매 식혜 홍보문구 관련 키워드



자료: 일본 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘식혜’ 관련 게시물 1,425건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



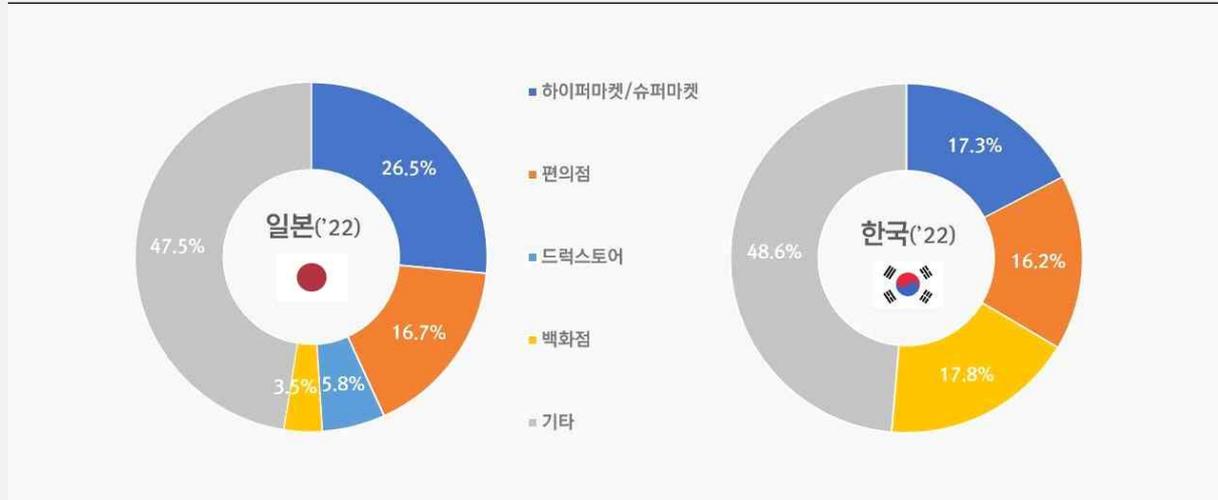
1. 일본 식혜 유통채널 점유율
2. 일본 식혜 주요 유통채널

## 1. 일본 식혜 유통채널 점유율

### ▶ 일본 식혜 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 1위

2022년 기준 일본의 식혜를 비롯한 소매 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 26.5%의 점유율로 1위를 차지함. 한국에서는 동일 채널을 통해 17.3%의 비중으로 유통되고 있음. 이어서 ‘편의점’이 일본에서 16.7%의 점유율을 차지하여 2위를 기록했으며, 한국은 해당 채널이 16.2%의 비중을 차지하여 두 국가가 유사한 점유율을 보이고 있음. 이외에도 일본은 ‘드럭스토어’를 통해 5.8%, ‘백화점’을 통해 3.5%의 비중으로 식품 소매 유통이 이루어짐을 확인함. 반면, 한국 내에서 ‘백화점’이 17.8%의 점유율로 가장 높은 비중을 차지하였으며 ‘드럭스토어’의 점유율은 확인할 수 없음

[표 4.1] 일본 및 한국 식혜 소매 유통채널 점유율 비교



일본 및 한국 식혜 소매 유통채널 점유율 비교<sup>13)14)15)16)</sup>

일본 점유율	유형	한국 점유율
26.5%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
16.7%	편의점	16.2%
5.8%	드럭스토어	(-)
3.5%	백화점	17.8%
47.5%	기타 <sup>17)</sup>	48.6%

자료: 일본 경제산업성(METI), 스탯티스타(Statista)

13) ‘식혜’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소매(Retail)’의 정보를 확인함

14) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Distribution of retail sales in South Korea in 2022, by channel」, 2023.02

15) 자료: 일본 경제산업성(METI: Ministry of Economy, Trade and Industry), 「經濟産業省生産動態統計調査」, 2023.08

16) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

17) ‘기타’ 채널에는 방문 판매 및 온라인 유통채널을 포함함

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ① 라이프

기업 기본 정보	기업명	라이프(Life)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lifecorp.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	매출액('22)     • 7,654억 엔(6조 8,517억 원 <sup>18)</sup> 기타 규모       • 매장 수('22): 약 300개 • 직원 수('22): 약 4만 9,190명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>라이프 코퍼레이션이 운영하는 슈퍼마켓 브랜드로 일본에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인</li> <li>매출액 중 식료품 판매 비중이 약 82.6% 차지</li> <li>아마존을 통해 라이프 매장의 상품을 최소 2시간 이내에 배송 서비스 시행(아마존 프라임 회원, 서비스 대상 지역일 경우만 해당)</li> <li>2023년부터 점포 판매 상품을 온라인으로 주문하여 집으로 배송받는 라이프넷슈퍼(ライフネットスーパー) 서비스 시행</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 화장품, 건강기능식품, 의류 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사 소개서 및 카탈로그를 입점 관리담당자 메일로 송부</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처 및 특이사항                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-358-075-493</li> <li>- 이메일: s620@lifecorp.co.jp</li> <li>- 입점 희망 지역마다 연락처 상이하므로 해당 점포에 직접 문의 필요</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라이프(Life), 니케이아시아(Nikkei Asia), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 라이프(Life)

18) 100엔=895.18원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ② 세이유

기업 기본 정보	기업명	세이유(SEIYU)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.seiyu.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	영업이익('22) • 208억 3,800만 엔(1,865억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 약 326개 • 직원 수('22): 2만 9,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본의 신선 식품과 잡화, 의류 등의 상품을 판매하는 전국적인 슈퍼마켓 체인</li> <li>2020년 KKR(Kohlberg Kravis Roberts)에 16억 달러 규모로 피인수</li> <li>일본 IT 대기업인 라쿠텐의 카드 우대 서비스 및 결제 솔루션인 Edy를 도입하는 등 온라인 트렌드에 대응 중</li> <li>2023년 모기업인 니시토모는 창업 60주년을 맞이하여 600엔 행사, 60포인트 추가 지급 캠페인 등의 60주년 기획 상품 등을 전개함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 식료품, 가정용품, 의류 등		
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 문의 (www.seiyu.co.jp/contact)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 메뉴 'お問い合わせ - お店・商品へのお問合せフォーム' 클릭</li> <li>- 문의 사항 입력 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 질문 내용</li> <li>② 담당자 정보 (담당자 이름, 후리가나, 전화번호, 이메일 주소, 우편번호 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-360-373</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 세이유(SEIYU)

사진 자료: 세이유(SEIYU)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ③ 맥스밸류

기업 기본 정보	기업명	맥스밸류(MaxValu)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.maxvalu.co.jp	
	위치	히로시마(広島)	
	규모	영업이익('21) • 5,400억 엔(4조 8,340억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 약 490개 • 직원 수('22): 약 6,600 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년에 첫 매장 개점</li> <li>• 일본의 유통 대기업 이온 그룹이 전개하는 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>• 일본 최대 규모의 슈퍼마켓 브랜드에 해당</li> <li>• 영업시간이 길고 연중무휴 24시간 영업하는 점포 수도 많아 편의점과 경쟁구도에 놓여있기도 함</li> <li>• 맥스밸류의 대규모 점포 중에서는 근린형 쇼핑센터(NSC) 형태로 출점한 점포도 있음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 화장품, 생활용품, 의류 등	
	선호 제품	• 소비자 추천에 기반한 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 및 유선전화를 통한 직접 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 ‘お問い合わせ’ 클릭 (www.maxvalu.co.jp/contact)</li> <li>- 문의 사항 입력 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보 (담당자 이름, 성별 및 소속, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용</li> <li>③ 문의할 점포명</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-125-481</li> <li>- 팩스: +81-333-457-776</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 맥스밸류(MaxValu)

사진 자료: 맥스밸류(MaxValu), 홋카이도가이드(Hokkaido Guide)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ④ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(セブンイレブン)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.sej.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('22)		• 5조 1,487억 엔(46조 901억 원)
		기타 규모		• 매장 수('22): 2만 1,402개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 기업 7&amp;I Holdings의 완전 자회사로, 1973년 설립되었음</li> <li>• 일본 최대 편의점 브랜드로, 일본 내 편의점 매장 수 최대 보유</li> <li>• 세계 최대의 편의점 점포 수 전개</li> </ul>			

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 식사대용식품, 음료류, 스낵류, 위생용품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의 (faq.sej.co.jp/kb/ja/contact)</li> <li>- 해당 페이지 문의 양식 작성</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> <li>② 문의 내용 (문의 제목, 문의 내용, 답변 희망 여부)</li> </ul> </li> <li>- 유선전화를 통한 입점 문의</li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +81-362-383-711</li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 세븐일레븐(セブンイレブン)

사진 자료: 뉴스위크(NewsWeek), 론리플래닛(Lonely Planet)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ⑤ 로손

기업 기본 정보	기업명	로손(Lawson)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.lawson.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('22)		• 69억 8,000만 달러(8조 8,911억 원 <sup>19)</sup> )
		기타 규모		• 매장 수('21): 14,660개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1939년 미국에서 처음 설립되어 현재 일본 미쓰비시 그룹 자회사로 편성되어 있음</li> <li>• 일본 내 점포 수 3위 편의점 브랜드로, 1997년 업계 최초 일본의 모든 도도부현에 출점하였음</li> <li>• 로손 편의점뿐만 아니라 '로손플러스', '로손스토어100' 포맷도 전개함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 위생용품, 신선식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'お問い合わせ' 클릭</li> <li>- 페이지 중앙 'お問い合わせはこちら' 클릭 (lawsoninfo.lawson.co.jp/lawson/input_custom.html)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호, 성별)</li> <li>② 문의 유형, 회신 희망 여부, 점포 종류, 점포명, 문의 내용</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-354-766-800</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 로손(Lawson)

사진 자료: 로손(Lawson), 라이브재팬퍼펙트가이드(LIVE JAPAN Perfect Guide)

19) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ⑥ 패밀리마트

기업 기본 정보	기업명	패밀리마트(FamilyMart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.family.co.jp		
	위치	도쿄(東京)		
	규모	매출액('21)	• 2조 8,420억 엔(25조 4,410억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 16,564개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1978년 일본에서 패밀리마트 1호점이 설립됨</li> <li>• 일본 편의점 업계 2위를 차지하는 브랜드로, 일본 내 편의점 매장 수 또한 2위에 해당함</li> <li>• 가고시마현, 오키나와현에서는 점유율 1위를 차지하고 있음</li> <li>• 매월 표창 점포 소개</li> <li>• '코로나 쿠키(コロナクッキー)'와 같이 현지 지역 밀착 상품 발매 추진</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 음료류, 위생용품, 신선식품 등		
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화를 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +813-3989-6600</li> </ul>		

자료: 패밀리마트(FamilyMart)

사진 자료: 재팬트래블(JapanTravel), 식품신문(食品新聞)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ⑦ 장터한국광장

기업 기본 정보	기업명	장터한국광장(韓国広場)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	shopping.geocities.jp/hiroba	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도쿄 내 한인 교류가 많은 지역인 신오쿠보(新大久保)에 위치</li> <li>• 식자재 택배 서비스 제공, 인근 지역은 3,000엔 이상 구매 시 택배비 무료</li> <li>• 한국산 주류, 라면, 과일 등 다양한 상품 판매</li> <li>• 식료품 매장 외에도 도매 전문 인터넷 쇼핑몰과 화장품 전문점을 운영함</li> <li>• 오프라인 매장의 경우 영업일과 관련된 정보를 홈페이지에 제공</li> <li>• 온라인 홈페이지에서 랭킹별로 제품 정보 제공</li> <li>• 도매 전문 사업도 진행 중</li> <li>• 장터한국광장에 대한 카탈로그 우편 주문 가능</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +81-332-329-330</li> </ul>	

자료: 장터한국광장(韓国広場)

사진 자료: 장터한국광장(韓国広場)

## 2. 일본 식혜 주요 유통채널 ⑧ 예스마트

기업 기본 정보	기업명	예스마트(Yesmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	yesmart.co.jp	
	위치	도쿄(東京)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 25개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5,000여 종 이상의 제품을 취급하는 한국 식재료 전문 마켓</li> <li>• 한국, 일본, 중국 식품 등을 취급</li> <li>• 전국 25개 매장을 플러스, 프리미엄, 중형, 소형 매장으로 구분해 운영</li> <li>• 상품 배송 가능하며, 상온과 냉장/냉동을 구분하여 배송</li> <li>• 치킨 프랜차이즈인 YES CHICKEN 운영</li> <li>• 온라인과 오프라인 모두 운영 중</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 김치, 야채, 냉동식품, 음료류, 주류, 반찬류, 가공식품, 화장품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 및 이메일 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-362-789-010</li> <li>- 이메일: info@yesmart.co.jp</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 예스마트(Yesmart)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

## 2. 일본 식혜 유통채널 ⑨ 아마존 재팬

기업 기본 정보	기업명	아마존 재팬(Amazon Japan)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.co.jp		
	규모	매출액('22)	2조 5,000억 엔(22조 3,795억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 5,600만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년 설립되어 일본에는 2000년 진출</li> <li>• 2021년 일본 온라인 유통채널 브랜드 및 기업 점유율 1위</li> <li>• 틱톡 등 소셜미디어를 통해 홍보를 진행하고 아마존 및 라쿠텐 등에서 판매를 진행하는 다양한 소규모·수입 브랜드 多</li> </ul>			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Morinaga, 吉本 등	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	물건 구매 시 포인트 적립 가능, 1포인트를 1엔으로 계산하여 다음 구매 시 포인트 사용			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Amazonで売る' 클릭</li> <li>아마존 셀러 계정 생성</li> <li>상품 리스팅</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 등록 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매입고량)</li> </ol> </li> <li>• 평가 기준                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 행동 강령 준수</li> <li>- 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +81-120-899-543</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 아마존 재팬(Amazon Japan), 시밀러웹(Similarweb), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)

온라인몰 UI ①

**온라인몰 UI**

**1. 다언어 및 화폐 지원**  
영어, 중국어, 일본어를 지원하며 엔화, 유로화, 위안화 등 15개 종류의 화폐 설정 가능

**2. 포인트 제도**  
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

**3. 구매 내역**  
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며, 검색 시 추천 키워드 제공

**4. 오늘의 딜**  
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리의 할인 제공

**5. 국제배송**  
국제배송이 가능하나, 배송 대행을 통한 구매도 많이 이루어짐

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

**아마존 재팬-식혜(甘酒) 검색 페이지**

**식혜(甘酒) 검색 페이지**  
**'甘酒'으로 검색결과와 노출**

추천 순으로 기본 검색결과와 노출  
가격, 고객평점, 출시일 순에 따라 정렬 가능

**식혜(甘酒) 구매 페이지**  
**상품 정보, 안전성 등 다양한 정보 제공**

구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천

평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능  
구매 페이지 우측 및 하단에 다른 상품 추천

자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)  
사진 자료: 아마존 재팬(Amazon Japan)

## 2. 일본 식혜 유통채널 ⑩ 라쿠텐

기업 기본 정보	기업명	라쿠텐(Rakuten)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.rakuten.co.jp		
	규모	매출액('21)	1조 9,000억 엔(17조 84억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 5억 1,390만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립</li> <li>• 2021년 전년 대비 매출액 증가율이 22.0%를 달성</li> <li>• 전 세계 약 30여 개 국가에서 서비스 운영</li> <li>• 쇼핑 플랫폼 외에도 핀테크 및 인터넷 서비스 등의 사업 분야 보유</li> </ul>			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	치호마로(ちほまろ), 코지야사토무라(こうじゃ里村)	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
시간대별 할인 이벤트, 기간 내 구매 금액 페이백 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 등록 (ecappfrm.rakuten.co.jp/ichiba/entry)</li> <li>- 라쿠텐 출점 신청서 작성 후 제출</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 회사정보 (사업 형태, 회사명, 본사 소재지, 대표 전화번호, 대표 Fax 번호, 대표자명)</li> <li>② 운영 담당자 정보 (담당자 이름, 부서, 배송지 주소, 연락처, 취급 제품 유형)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: sales-list@rakuten.com</li> </ul>		

자료: 라쿠텐(Rakuten), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②



추천, 가격, 평점, 리뷰, 출시일 순으로 정렬 가능  
판매자가 제시하는 제품 정보를 전면에서 표시

자료: 자료: 라쿠텐(Rakuten)  
사진 자료: 라쿠텐(Rakuten)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



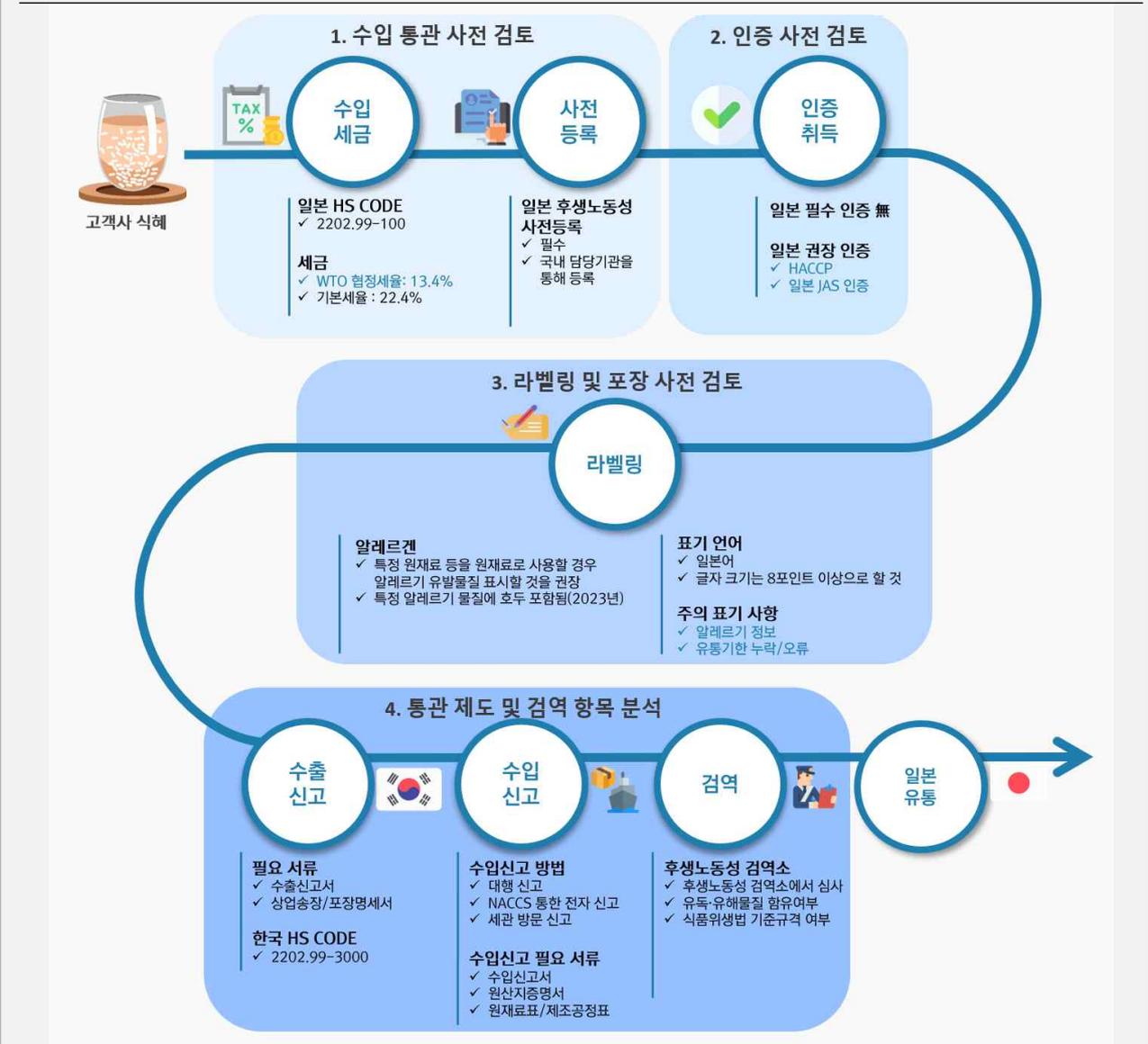
1. 일본 식혜 통관 및 검역 절차
2. 일본 식혜 품질 인증
3. 일본 식혜 라벨링
4. 일본 식혜 성분 및 유해물질

# 1. 일본 식혜 통관 및 검역 절차<sup>20)</sup>

## ▶ 일본 식혜 수출 통관 단계별 주요사항

일본에 가공식품 수출 시에는 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare) 사전등록 절차를 반드시 밟아야 함. 이는 국내 담당 기관을 통하여 일본으로 수입되는 식품에 대하여 사전등록을 하는 절차임. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO: Authorized Economic Operator) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음

[표 5.1] 일본 식혜 통관 검역 절차



자료: 관세청, 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries)

20) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 일본 수입통관 절차

<p><b>출항 전 보고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본에 입항하려는 선박 컨테이너 화물의 적하 정보를 선적항 출항 24시간 전까지 수출입·항만 관련 정보처리시스템(NACCS: Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System)을 통해 알려야 함</li> </ul>
<p><b>수입신고 제출 서류</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입자는 화물 도착 후 즉시 「식품 등 수입 신고서」와 품목에 따라 필요한 서류를 첨부하여 화물 통관 장소의 관할 검역소에 제출함</li> <li>「식품 등 수입 신고서」 2부</li> <li>첨부서류는 식품의 품명, 생산국, 가공방법 등에 따라 상이함</li> <li>가공식품의 경우, 「원재료표」, 「제조공정표」가 필요함. 정해진 양식은 없으나 제조자 또는 수출자 등이 작성한 것(회사명 및 책임자 서명 포함)을 권장하며 심사 과정에서 추가서류가 발생할 수 있음</li> <li>필요 시 과거에 실시한 자체 검사의 시험성적서도 제출할 수 있음</li> </ul>
<p><b>식품위생법에 따른 수입신고</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 수입업자는 물품 도착 7일 이전에 수입신고 건별로 검역소에 식품 등 수입신고서 및 기타 원재료, 성분 및 제조공정 등에 관한 설명서, 필요에 따라 위생증명서, 시험성적표 등의 관련 서류를 검역소에 서면 또는 전자적인 방법으로 수입신고를 진행해야 함</li> </ul>
<p><b>후생노동성 검역소 심사 및 검사</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본으로 수입되는 물자는 보세지역에 반입된 후 수입신고를 실시, 필요한 심사 및 검사를 받고 수입이 허가된 후에 물자로 국내로 들여올 수 있음</li> <li>수입 절차는 식품의 종류에 따라 다르며, 채소, 과일 등 식물계의 식품은 농림수산성의 식물방역소 육류 및 육류제품, 유제품 등 축산물계 식품 및 수산물은 농림수산성의 동물검역소에서 수입자가 검사신청을 하고 검사를 받아야 함</li> </ul>

자료: 식품의약품안전처

▶ **식품위생기준 업무, 후생노동성에서 소비자청으로 이관 예정**

2024년 4월 1일부터 일본 정부는 기존 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에서 담당했던 식품위생기준 업무를 후생노동성에서 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency)으로 이관할 방침임. 식품 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관의 나뉘게 되어 기존보다 더 정확하고 세밀한 식품 관리가 이루어질 것으로 예상됨

[표 5.3] 일본 기존 식품위생기준 업무 이관

<b>이관 배경</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신형 코로나 바이러스의 백신과 치료약 개발 등의 대응이 늦은 것에 대해 앞으로 코로나와 같은 감염증 대응 능력을 강화함과 동시에 생활 위생 등 관계 행정의 기능 강화를 도모하기 위한 조직 재검토의 일환</li> </ul>
<b>이관 목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 후생노동성이 소관하던 식품첨가물의 지정과 식품 위생법에 따른 식품 위생에 관한 기획·기준의 책정을 식품 안전 행정의 사령탑 기능을 수행하는 소비자청으로 이관하여 식품위생에 대한 과학적인 안전을 확보하고 소비자 이익의 추가 증진 도모</li> </ul>
<b>담당 업무</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 규격 기준의 책정은 소비자청으로 이관하지만, 식중독 등과 같이 식품에 의한 건강 피해 등의 감시 지도·행정에 대해서는 후생노동성이 담당하여 식품 행정 규격 기준의 책정 관계는 소비자청이, 감시·지도 관계는 후생노동성으로 소관이 나뉨</li> <li>• 식품위생법상의 ‘HACCP’와 ‘GMP’ 등에 대해서는 계속해서 후생노동성의 식품감시안전과가 소관해 나갈 예정</li> </ul>

자료: KATI농식품수출정보

## 2. 일본 식혜 품질 인증

### ▶ 일본 식혜, 적용받는 필수 인증 無

일본으로 식혜를 일반 가공식품으로 수출 시 취득해야 하는 필수 인증은 없음. 다만, 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에 식품 사전등록은 필수이며, 하기 표는 일본 후생노동성 사전등록 절차를 다룸

[표 5.4] 일본 식혜 인증 취득 정보

인증명	취득 정보	
일본 후생노동성 사전등록 	취지	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 식품위생법에 반하는 식품 등 수입 사전 방지</li> <li>식품 안전성 확보</li> <li>수입절차 간소화 및 소요 시간 단축</li> </ul>
	근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 식품위생법(しょくひんえいせいほう, 昭和22年法律第233号)</li> <li>일본 후생노동성 생활위생국장 통지 (수입식품 등 사전 확인제도 시행에 관한 통지)</li> </ul>
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 후생노동성</li> </ul>
	적용품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>농·축·수산물 등의 1차 생산품 및 단순 가공품을 제외한 모든 가공식품 및 식품첨가물</li> </ul>
	취득절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 제출(제조 및 수출업체) &gt; 서류 접수 및 검토(국내 담당 기관) &gt; 서류 심사 및 현장실사 (일본 후생노동성) &gt; 등록 완료 및 등록번호 부여 (일본 후생노동성)</li> </ul>
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>필요서류는 신청서, 제품 목록, 위생 검사표, 성분 분석표, 제조 공정도 등이며 수입업체가 발급받은 시험성적 증명서도 제출 가능함</li> <li>식품 또는 식품첨가물 여부에 따라 필요서류가 상이하나 공통 서류로는 국내 검사기관 등이 발행한 분석 증명서와 식품위생 책임자가 작성한 시설·식품 등 위생관리 기준 관련 서류임</li> <li>식품에만 해당하는 것은 원재료의 종류, 성분조성, 제조 또는 가공 방법 관련 서류, 첨가물 종류/제조 방법/사용량 관련 서류임</li> <li>식품첨가물에만 해당하는 것은 물질명, 제조 방법 관련 서류임</li> </ul>	

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 농림수산업성(MAFF)

▶ 일본 식혜, ‘HACCP 인증’ 권장

2020년 6월 1일, 일본의 식품위생법 개정으로 자국 내 식품 관련 사업자는 HACCP의 도입이 의무화되었음. 이에 따라 일본 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객사 또한 HACCP를 적극적으로 도입하여 일본 식품시장 내에서 위생 안전상 경쟁력을 확보할 것을 권장함

[표 5.5] 일본 식혜 HACCP 인증 취득 정보

취득 정보	
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품원료 및 제조·가공·조리·소분·유통의 모든 과정에서 발생할 수 있는 위해요소를 사전에 확인 평가하여 중점적으로 관리</li> </ul>
기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국식품안전관리인증원</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등을 포함하는 제품기술서와 공정흐름도 작성</li> <li>생산공정 각 단계와 도출된 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해서 위험 평가</li> <li>식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP: Critical Control Points)을 선정하여 식품안전을 위한 일반관리사항(POA) 파악</li> <li>모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지를 파악하는 한계치 설정 및 모니터링</li> </ul>
필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>HACCP 인증 신청서</li> <li>식품안전관리인증 계획서</li> <li>영업등록증 사본</li> <li>사업자등록증 사본</li> <li>영업신고필증</li> <li>HACCP 교육수료증</li> <li>영업을 위해 필요한 서류</li> <li>품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류</li> </ul>



자료: 식품의약품안전처, 한국식품안전관리인증원

▶ JAS(Japanese Agricultural Standard) 인증

일본 내에서 유기농산물 및 유기가공식품에 ‘유기, 오가닉’으로 표시하여 판매하기 위해 생산자 및 제조사가 등록인증기관에 검사를 받아 취득하는 인증 제도임. 유기 JAS 규격 인증을 받지 못한 경우 유기, 오가닉 또는 이와 같은 의미로 오인될 수 있는 표시를 사용할 수 없음

[표 5.6] 일본 식혜 JAS 유기농 인증 취득 정보

		취득 정보
	기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>농림수산성(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) 및 농림수산성 장관이 JAS법 규정에 따라 심사하여 유기식품 등록인증기관으로 등록한 기관</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증신청서 제출</li> <li>인증신청서 수리</li> <li>인증신청서 서류 심사</li> <li>현지실사(인증기관 또는 검사원으로부터 현지 실사를 통지, 일정 조정 후 실사 진행)</li> <li>판정(인증기관의 판정원이 실사 결과에 따라 판정, 판정 후, 인증 여부 통지)</li> <li>감사(연차조사): 인증 후에도 연 1회 이상의 조사 실시</li> </ul>
	필요서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증신청서</li> <li>시설도면</li> <li>생산행정 관리에 관한 내부규정 및 등급규정</li> <li>사용하는 유기 원자재의 수급이 가능하다는 것을 증명하는 서류</li> <li>비유기 원자재가 유전자변환, 방사선 조사를 거치지 않았음을 증명하는 서류</li> <li>제조예정 제품의 배합표</li> <li>사용예정 첨가물이 JAS 규격에 적합함을 증명하는 서류</li> <li>제조공정도</li> <li>공정 내에서 사용되는 약제의 내용 및 사용방법에 관한 서류</li> <li>제조과정에서 사용되는 기계류 목록</li> </ul>
동등성 인정	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국, 아르헨티나, 호주, 스위스, 캐나다, EU 회원국, 영국, 뉴질랜드, 대만의 유기 인증은 일본 JAS 유기 인증에 상응하는 수준으로 인정됨</li> <li>국내 유기 제품의 경우 일본 농림수산성 등록 인증기관으로부터 인증을 취득해야만 일본에 유기 제품으로 유통할수 있어, JAS 취득이 요구됨</li> <li>한국 농림축산식품부의 유기농 인증을 받은 제품은 일본 시장에서 한국의 인증 로고나 JAS 유기 인증 로고를 선택하여 사용할 수 있고, 양국의 로고를 함께 사용 가능함</li> </ul>	

자료: aT 한국농수산물유통공사

▶ 기타 식품 권장 인증

HACCP, JAS 인증 외에 기타 식품 생산 안전 관련 인증으로 ISO 22000, IFS 등이 있으며, 해당 인증사항들은 필수가 아닌 선택 인증사항임. 식혜 품목을 기타음료로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 일본 식혜 기타 권장 식품 생산 인증

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

### 3. 일본 식혜 라벨링

[표 5.8] 일본 식혜 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 명칭	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품명, 종류별, 명칭 등을 기재</li> </ul>
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용한 원재료를 식품첨가물과 식품첨가물 이외의 원재료로 구분하여 규정에 따라 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물은 중량 배합 많은 순으로 기재</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료는 중량 배합 많은 순서를 따르되 가장 일반적 명칭으로 기재할 것</li> <li>• 식품첨가물 이외의 원재료가 2가지 이상(복합원재료)인 경우 괄호 안에 배합률 높은 순으로 기재(단, 주원료에 5% 미만이면 생략 가능)</li> </ul>
	3. 내용량(또는 고형량, 내용총량)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단위는 중량은 그램(킬로그램), 부피는 리터(밀리리터), 수량은 개수로 기재할 것</li> <li>• 고형물에 충전액 더한 경우 내용량 대신 고형량과 내용 총량 병기할 것(예: 통조림, 병조림)</li> </ul>
	4. 유통기한 <sup>21)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입자는 스스로 과학적 근거에 의한 적절한 기한 설정하고 표기할 의무와 책임이 있음</li> <li>• 제조부터 유통기한까지 3개월 이내인 경우: ‘평성 26년 5월 31일’, ‘26.5.31’, ‘2014.05.31.’, ‘14.5.31’ 표기 중 선택</li> <li>• 제조부터 상미기한까지 3개월 넘는 경우: ‘평성 26년 5월’, ‘26.5’, ‘2014.05’, ‘14.5’ 표기 중 선택하거나 3개월 이내의 경우 표기 방법대로 기재해도 무방함</li> </ul>
	5. 식품첨가물	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지정첨가물(후생노동대신이 지정한 436품목)</li> <li>• 기존첨가물(일본에서 이미 사용 중 / 장기간 사용된 것, 예외로 지정받지 않은 치자 색소, 감 탄닌 등 365품목)</li> <li>• 천연향료(동식물유래 물질로 식품에 향 첨가를 목적으로 사용되는 바닐라 향료, 게 향료 등 약 600품목)</li> <li>• 일반 음식첨가물로 사용되는 것 (딸기주스, 한천 등 약 100품목)</li> <li>• 특정 지정첨가물 및 기존첨가물은 포지티브리스트 식품첨가물로, 해당 리스트에 기재되지 않은 첨가물 사용은 불인정</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA)

21) 일본은 상미기한(賞味期限)과 소비기한(消費期限) 두 가지 기한을 사용하고 있음. 상미기한은 맛있게 먹을 수 있는 기한을 뜻하며, 소비기한은 해당 기한까지 섭취할 것을 권장하는 기한임

[표 5.8] 일본 식혜 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 보존방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· ‘직사광선을 피하고 상온에서 보존’ 등 유의사항 기재</li> <li>· ‘10℃ 이하에서 보존할 것’, ‘개봉 후 냉장’ 등 유의사항 기재</li> <li>· 상온 보존 이외에 유의사항이 없는 경우 생략 가능</li> </ul>
	7. 알레르겐	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 특정 원재료 등<sup>22)</sup>을 원재료로 사용한 가공식품은 알레르기 유발물질 표시할 것을 권장함</li> <li>· 해당 항목 포함 시 식품명 다음 괄호에 ‘알레르겐’을 표기할 것</li> <li>· 특정 원재료 등에서 유래한 첨가물 함유 시 그 첨가물 물질명 다음 괄호에 특정 원재료 등에서 유래함을 표시</li> <li>· ‘○○을 포함’이라는 문구의 ○○에는 특정 원재료 등 이름을 표시하고, 특정 원재료에서 유래한 경우 ‘○○ 유래’로 표시</li> <li>· 2023년 일본 소비자청은 알레르기 유발물질에 호두를 추가했으며, 산업 및 이해관계자의 적용 기간을 고려하여 2025년까지 전환 기간을 가짐</li> <li>· 표시 의무 사항은 밀가루, 땅콩을 포함한 8품목임</li> </ul>
	8. 영양성분 및 열량	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 영양성분표시는 실제 성분치와 비교하여 이상이 없어야 함</li> <li>· 의무 표기정보: 에너지, 단백질, 지질, 탄수화물, 나트륨(식염상당량)</li> <li>· 권장 표기정보: 포화지방산, 식이섬유</li> <li>· 기타 표기정보: 당류, 당질, 콜레스테롤, 비타민 및 미네랄류 등</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입품의 경우 원산지국을 표시할 것</li> </ul>
	10. 수입업체 및 제조업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수입업체의 이름 및 주소, 제조업체의 이름 및 주소를 기재할 것</li> </ul>
	11. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본어로 표기할 것</li> <li>· 폰트의 최소 사이즈는 8 포인트로 할 것</li> </ul>

자료: 일본 후생노동성(MHLW), 일본 소비자청(CAA)

22) 2023년 일본 소비자청이 개정한 《식품표시기준》의 별첨 「알레르겐을 포함한 식품에 관한 표시」에 따르면 ‘특정 원재료’의 정의는 해당 원재료를 포함하고 있음을 의무적으로 표시해야 하는 “특정 원재료”로 변경됨

[표 5.9] 일본 포장 박스 라벨링 여부

<p>운반 목적 박스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개별포장에 표시된 식품을 운반의 목적만으로 골판지 박스에 담는 경우, 해당 박스는 운반을 위한 기구라고 해석되어 라벨 표시의무 없음</li> </ul>
<p>소매 포장용 박스</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 골판지 박스가 운반을 위한 기구가 아닌 소매를 위한 포장용 박스로 ‘원재료명(첨가물 이외)’, ‘원료원산지명(필요 시)’, ‘원산국명(필요 시)’에 대해 개별포장에 이들 정보를 표시한 경우에는 골판지 박스에 새로 표시할 의무는 없음</li> <li>• 명칭, 첨가물, 알레르겐, 상미기한(소비기한) 및 보존방법(필요 시), 제조소 또는 가공소의 소재지 및 제조자 또는 가공자의 성명 또는 명칭에 대해서는 식품표시기준 제13조의 규정에 따라 지정된 위치에 표시해야 함</li> </ul>
<p>기타</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 골판지 박스에는 표시되어 있으나, 개별포장에 표시되어 있지 않은 상품을 박스에서 꺼내어 슈퍼마켓 등에서 소비자에게 판매하는 경우, 식품표시기준에 따라 개별포장에 라벨을 표시해야 함</li> </ul>

자료: 식품안전정보원

▶ 일본 식혜 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 라벨링 1]

[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 일본어]

- ① 米糀からつくった糯 甘酒
- ② 魚沼醸造
- ③ 糯 甘酒
- ④ 国産米100%使用
- ⑤ プラスコウジ
- ⑥ 糯
- ⑦ 毎日の生活に糯をプラス
- ⑧ 1000ml
- ⑨ marukome

[앞면 - 국문]

- ① 쌀겨로 만든 누룩 감주
- ② 우오누마 양조
- ③ 누룩 감주
- ④ 국산 쌀 100% 사용
- ⑤ 플러스 누룩
- ⑥ 누룩
- ⑦ 매일의 생활에 누룩을 더하다
- ⑧ 1000ml
- ⑨ 마루코메

[뒷면 - 일본어]

- ① 内容物が沈殿しますので、開栓後によく振ってからお召し上がりください

[뒷면 - 국문]

- ① 내용물이 침전되므로 개봉 후 잘 흔들어 드시기 바랍니다.

- ② キャップを開栓後、中身が飛び出さないよう、キャップをしっかり押さえて4~5回上下をひっくり返すように振ってください。
- ③ 開栓後要冷蔵(10°C以下)
- ④ 無菌包装
- ⑤ 使用上の注意
- ⑥ ● 口栓の内側に開栓用の歯がついています。容器を解体する際、けがをしないようご注意ください。
- ⑦ ● 口栓の内側に指を差し込まないでください。開栓用の歯に触れ危険です。
- ⑧ ● 小さなお子様キャップを口に入れないようご注意ください。

- ② 캡을 열고나서, 내용물이 튀어나오지 않도록 캡을 꼭 잡고 4~5번 위아래로 뒤집어 흔들어 주세요.
- ③ 개봉 후 냉장 보관 필요(10°C 이하)
- ④ 무균포장
- ⑤ 사용 시 주의사항
- ⑥ ● 뚜껑의 안쪽에 개봉용 톱니가 있습니다. 용기를 열 때 상처를 입지 않도록 주의해 주세요.
- ⑦ ● 뚜껑의 안쪽에 손가락을 넣지 마세요. 개봉용 톱니에 닿을 위험이 있습니다.
- ⑧ ● 어린이들이 캡을 입에 넣지 않도록 주의해 주세요

[옆면1 - 일본어]

- ① 米糰からつくった 糰甘酒
- ② アルコール0%
- ③ 乳児用規格適用食品

名称	甘酒
原材料名	甘酒(国内製造) (米, 米こうじ, 食塩)
内容量	1000ml
賞味期限	容器上部上段に記載
保存方法	直射日光を避け、 常温保存
販売者	マルコメ株式会社 長野県長野市安茂里 883

- ④ 製造所固有記号は賞味期間表示の下段左側に記載、右側にロット記号を記載
- ⑤ この商品に含まれるアレルギー物質(特定原材料及びそれに準ずるものを表示)

[옆면1 - 국문]

- ① 쌀겨로 만든 누룩 감주
- ② 알코올 0%
- ③ 유아용 규격 적용 식품

제품	감주
원재료명	감주(국내 제조) (쌀, 쌀 누룩, 소금)
내용량	1000ml
유통기한	용기 상단에 기재
보관 방법	직사광선을 피하고, 상온 보관
판매자	마루코메 주식회사 나가노현 나가노시 안모리 883

- ④ 제조소 고유 번호는 유통기한 표시의 아랫줄 왼쪽에 기재하고, 오른쪽에는 로트 번호 기재
- ⑤ 이 제품에 포함된 알레르기 물질(특정 원재료 및 그에 준하는 것을 표시)

⑥ 無し

⑦

栄養成分表示(100ml当たり)	
エネルギー	76kcal
たんぱく質	1.3g
脂質	0.3g
炭水化物	17.0g
食塩相当量	0.21g
ショ糖	0g
アルコール	0g

(この表示値は、目安です)

⑧ 開栓後は必ず冷蔵庫(10℃以下)に保存し、賞味期間にかかわらず、2~3日を目安にお召し上がりください。

⑨ 開栓後は立てて保存

⑩ ● この商品は未開栓の場合、常温で賞味期間まで保存ができます。よりおいしくお飲みいただくために未開栓の場合でも冷蔵保存をお勧めします。

⑪ ● 時間の経過により、現在由来の成分が浮遊、沈殿したり、液色が濃くなったりする場合がありますが、品質に問題はありません。

⑫ ● 茶色の絨毛状のものはお米の一部です。

⑬ ● 開栓後は甘酒漏れる場合がありますので、倒さないように注意し、立てて保存してください。

⑭ ● キャップをもって持ち上げるとずれる可能性がありますので、必ずパック本体を持ってください。

⑥ 없음

⑦

영양성분표시(100ml 당)	
에너지	76kcal
단백질	1.3g
지질	0.3g
탄수화물	17.0g
식염 상당량	0.21g
자당	0g
알코올	0g

(이 표시값은 참고용입니다.)

⑧ 개봉 후 반드시 냉장고(10℃ 이하)에 보관하고, 유통기한과 관계없이 2~3일 내에 드시기 바랍니다.

⑨ 개봉 후에는 세워서 보관하세요

⑩ ● 이 제품은 미개봉 상태일 경우, 상온에서 유통기한까지 보관이 가능합니다. 더 맛있게 드시기 위해 미개봉 상태에서도 냉장 보관을 추천합니다.

⑪ ● 시간이 지남에 따라 천연 유래의 성분이 부유하거나 침전하거나, 액체의 색깔이 짙어질 수 있습니다만, 품질에는 문제가 없습니다.

⑫ ● 갈색의 용모 같은 것은 쌀의 일부입니다.

⑬ ● 개봉 후 감주가 셀 경우가 있으므로, 쓰러뜨리지 않도록 주의하고 세워서 보관해 주세요.

⑭ ● 캡을 들어 올리면 밀려날 가능성이 있으므로, 반드시 팩 본체를 잡아주세요.

[옆면2 - 일본어]

① 魚沼醸造について

[옆면2 - 국문]

① 우오누마 양조에 대하여

- ②新潟県魚沼市、越後三山から高低差1900mを流れ、伏流水となって湧き出る豊かな軟水を活かしてこだわりの米糴、糴甘酒の素をつくる工場です。
- ③魚沼醸造 検索
- ④キャップの構造について
- ⑤①いたずら防止リング
- ⑥キャップを回す前は、いたずら防止リングがキャップについており、注ぎ口内はアルミフィルムで密封されています。
- ⑦②いたずら防止リング
- ⑧キャップを回すと、いたずら防止リングがはなれ、同時に内側のアルミフィルムが切られて全栓されます。切られたアルミフィルムは内側に折れて残りますが、外からは見えない場合があります。
- ⑨糴甘酒は冷たくても温かくてもおいしくお召し上がりいただけます。
- ⑩●凍らせないでください。凍結すると内容物が膨張し、容器が破損する場合があります。
- ⑪電子レンジで温める場合 温める場合、破裂するおそれがありますので、必ず別の容器に移してから温めてください。
- ⑫時間の目安：100ml当たり  
500w：50秒  
600w：40秒  
電子レンジの機種によって温め時間は多少異なります。
- ⑬●追湿直後は中身が大変熱くなっておりますので、電子レンジから取り出す時や召し上がる時など、やけどにご注意ください。

- ②신익텐 현 우오즈미 시, 에치고 산맥에서 고저차 1900m를 흐르며, 지하수로 변해 솟아오르는 풍부한 연수를 활용해 특별히 만든 쌀 누룩, 누룩 감주의 원료를 만드는 공장입니다.
- ③우오누마 양조 검색
- ④캡의 구조에 대하여
- ⑤①장난 방지 링
- ⑥캡을 돌리기 전에는 장난 방지 링이 캡에 부착되어 있으며, 안쪽은 알루미늄 필름으로 밀봉되어 있습니다.
- ⑦②장난 방지 링
- ⑧캡을 돌리면 장난 방지 링이 분리되고 동시에 안쪽 알루미늄 필름이 잘려 전체 마개가 됩니다. 잘린 알루미늄 필름은 안쪽으로 접히지만 밖에서는 보이지 않을 수 있습니다.
- ⑨누룩 감주는 차갑든 따뜻하든 맛있게 드실 수 있습니다.
- ⑩●얼리지 마세요. 동결 시 내용물이 팽창하여 용기가 파손될 수 있습니다.
- ⑪전자레인지로 데울 경우, 터질 위험이 있으므로 반드시 다른 용기에 옮겨서 데워주세요.
- ⑫시간 기준: 100ml당  
500w: 50초  
600w: 40초  
전자레인지 기종에 따라 데우는 시간은 다소 다릅니다.
- ⑬●데운 직후에는 내용물이 매우 뜨거워져 있으므로, 전자레인지에서 꺼낼 때나 드실 때 등 화상에 주의하십시오.

⑭ 声をおきかせください。  
マルコメお客様相談室  
TEL 0120-85-5420  
受付時間 9:00~17:00  
(土・日・祝日を除く)

⑭ 목소리를 들려주세요.  
마루코메 고객상담실  
전화번호 0120-85-5420  
접수시간 9:00~17:00  
(토, 일, 공휴일 제외)

## 4. 일본 식혜 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

일본에서 사용 가능한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 일본 식품위생법 제 12조에 따라 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)에서 규정하고 있으며 그 종류에는 지정첨가물, 기존첨가물, 천연향료 등이 있음. 특히, 지정첨가물과 기존첨가물은 포지티브 리스트 식품첨가물로, 이 리스트에 기재되지 않은 첨가물의 사용은 인정하지 않음. 식혜를 ‘기타음료’로 분류해 검색 시 총 248건의 식품첨가물이 발견되었으며, 하기 표는 기타음료에 적용되는 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 규정 및 기준, 사용조건은 일본 후생노동성 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 5.10] 기타음료에 적용되는 일본 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	소르빈산칼슘	Calcium sorbate	모든 식품	소브산으로서 0.30g/kg 이하
2	소르빈산칼륨	Potassium sorbate		
3	소르빈산	Sorbic acid		
4	아세트알데하이드	Acetaldehyde		일반사용기준 (착향의 목적 이외 사용금지)
5	아세토페논	Acetophenone		
6	부틸아민	butylamine		
7	키프론산 알릴	Ally hexanoate		
8	아니살데하이드	Anisaldehyde		
9	벤즈알데하이드	Benzaldehyde		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare)은 식품위생법 관련 고시 및 성령(省令)에서 식품 성분규격과 유해물질 기준치를 규정하고 있음. 또한, 적은 수의 유해물질에 대해서는 별도의 통지로 잠정적 규제치 및 식품위생법 제 6조를 위반하는 경우로 정함. 이는 부패 혹은 변질된 것 또는 미숙한 것은 판매 또는 판매용으로 제공하기 위하여 채취, 제조, 수입, 가공, 사용, 조리, 저장 혹은 진열해서는 안 된다는 내용을 포함함. 하기 표는 기타음료에 적용되는 일본 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임

[표 5.11] 기타음료에 적용되는 일본 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준	분류 <sup>23)</sup>
1	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	모든 식품	10ppb 이하	O
2	컴프리	Symphytum(comfrey)		불검출	O
3	비소	Arsenic(As)	미네랄워터 제외 청량음료	불검출	H
4	납	Lead(Pb)			
5	주석	Tin(Sn)		150.0ppm 이하 (금속제 용기포장에 담긴 것)	

자료: KATI농식품수출정보

23) 중금속(H): Heavy metal / 기타(O): Others

▶ 알레르겐

일본 식품표시기준에서 정한 특정 원재료를 사용한 가공식품 및 특정 원재료를 이용한 첨가물을 함유한 식품은 알레르기 유발물질을 표시할 의무가 있음. 개별 표시의 원칙에 의한 표시 방법은 특정 원재료 및 특정 원재료에 준하는 것을 원재료로 포함하는 경우에는 원칙적으로 원재료명 바로 뒤에, 괄호 안에 특정 원재료 등을 포함하고 있음을 표시해야 함. 일본에서 식혜 유통 시 제품 라벨에 표기해야 하는 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 5.12] 일본 알레르겐 표기 대상 성분

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부	순번	표시 의무 여부	대상	고객사 제품 포함 여부
1	의무	밀	(-)	15	권장	오렌지	(-)
2	의무	새우	(-)	16	권장	키위	(-)
3	의무	계	(-)	17	권장	바나나	(-)
4	의무	달걀	(-)	18	권장	복숭아	(-)
5	의무	땅콩	(-)	19	권장	사과	(-)
6	의무	우유	(-)	20	권장	소고기	(-)
7	의무	메밀	(-)	21	권장	돼지고기	(-)
8	의무	호두	(-)	22	권장	닭고기	(-)
9	권장	아몬드	(-)	23	권장	젤라틴	(-)
10	권장	전복	(-)	24	권장	송이버섯	(-)
11	권장	오징어	(-)	25	권장	참깨	(-)
12	권장	연어	(-)	26	권장	참마	(-)
13	권장	연어알	(-)	27	권장	대두	(-)
14	권장	고등어	(-)	28	권장	캐슈넛	(-)

자료: 일본 소비자청(CAA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 칸비니(Kanbini)
2. 캉고쿠히로바(Kangkoku Hiroba)
3. 해피그룹(Happy Group)

Interview ①

24)



칸비니 (Kanbini)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2020년 설립된 수입유통업 및 소매업체
  - 취급품목: 식품 및 화장품
  - 주요 수입국: 한국
  - 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보  
Director

칸비니(Kanbini)  
Director

**Q. 일본에서 식혜, 수정과의 시장 수요 및 트렌드는 어떠한가요?**

식혜는 식이섬유가 풍부하고, 혈관 내에 쌓인 콜레스테롤의 배출을 도와줍니다. 또한, 식이섬유는 단맛을 내는 다양한 당 성분과 함께 변비를 예방하기에 일본에서도 인기를 끌고 있습니다. 수정과는 오한, 코 막힘, 초기 감기 시 사람들이 많이 찾고, 효과도 있다고 알려져 인지도가 상승하고 있습니다.

**Q. '아마자케' 음용 시, 차갑게 먹는 경우와 따뜻하게 데워 먹는 경우 각각 어떤 때 먹는 음료라는 인식이 있는지 말씀해주세요.**

아마자케를 차갑게 먹는 경우는 장내 환경 개선 효과를 원할 때입니다. 차갑게 섭취한다면 제품 내 균과 효모가 줄어들기 때문입니다. 반면에 따뜻하게 데워 먹는 경우는 다이어트 효과를 원할 때입니다. 따뜻하게 데워서 섭취하면 공복감이 사라지며, 신진대사가 올라가 체중 감량에 효과적입니다.

**Q. 일본에서는 아마자케 소비가 계절에 따라 달라지기도 하나요? 달라진다면 이유와 함께 어느 계절에 많이 소비되는지 설명해주세요.**

아마자케를 마시면 몸이 따뜻해진다는 점에서 겨울에 소비가 훨씬 많아지는 편입니다. 또한, 피로를 풀어주는 효능도 있어 주로 겨울에 마신다는 인식이 있습니다.

**Q. 아마자케의 주요 소비 연령대는 어떻게 되는지, 해당 소비층은 아마자케를 어느 유통채널을 통해 구매하는지 말씀해주세요.**

아마자케의 주요 소비 연령대는 30대로, 남성보다는 여성이 주요 소비층입니다. 제품에 포도당, 아미노산, 비타민B 등이 포함되어 있어 피로 회복과 피부미용 개선에 효능을 보이기 때문입니다. 현재 아마자케는 아마존, 라쿠텐, 야후쇼핑, 편의점, 대/소형마트 등 여러 유통채널에서 판매되고 있습니다.

**Q. 한국에는 아마자케와 유사한 '식혜'라는 전통 음료가 있습니다. 일본에서의 인지도와 주요 소비층은 어떻게 되는지 말씀해주세요.**

일본에서 한국 문화가 유행함과 동시에 일본 내 한국 식당들이 많이 생겨나고 있습니다. 해당 식당들에서 식혜를 판매하고 있기에 이전보다는 식혜에 대한 일본 내 인지도가 높아졌습니다. 한국 문화에 관심이 많은 소비자들이 주로 식혜를 섭취하고 있습니다.

24) 사진 자료: 칸비니(Kanbini)

**Q. 한국에는 식혜 외에 계피 및 곱감을 우려낸 음료인 '수정과'라는 전통 음료가 있습니다. 일본에서의 인지도와 주요 소비층은 어떻게 되는지 말씀해주세요.**

한국에 관심이 많은 일본인의 경우, 수정과에 대해서 알고 있습니다. 주로 일본 여성들이며, 해당 소비층 외에 식혜에 비해 인지도가 높다고 보기는 어렵습니다.

**Q. 일본에도 수정과와 비슷한 전통 음료가 있나요? 있다면 무엇인지, 섭취 시기와 주요 소비층, 주요 유통채널을 말씀해주세요.**

수정과와 비슷한 음료 제품으로는 '히야시아메'가 있습니다. 맥아 감미료에 생강을 짜서 넣은 물을 끓인 후 다시 식힌 음료로, 일본 간사이 지방의 오사카에서 주로 섭취하는 편입니다. 해당 지역 외에는 인지도가 높은 편은 아니며, 여름에 더위를 식하는 음료로써 소비되는 편입니다. 간사이 지방의 마트나 온라인 매장, 음료 자판기 등에서 구매 가능합니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 아마자케 제품이 있다면 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

인기 있는 아마자케 제품으로는 M사의 '부드러운 쌀 누룩 감주'가 있습니다. 해당 제품은 2023년 1위를 기록한 제품으로, M사에서 출시한 쌀을 원재료로 사용하며, 제품에 쌀 누룩을 50% 가량 사용한다는 특징을 보유하고 있습니다. 맛은 진하지 않으며, 단맛이 강하지 않아 마시기에 크게 부담이 없습니다. 또한, 쌀알이 씹히지 않으며 산미도 강하지 않아 질리지 않는다는 맛의 특성을 보유하고 있습니다. 설탕 미사용, 적은 감미료 사용으로 소비자들로부터 좋은 평을 받기도 했으며, 아마자케의 특유의 누룩 향이 많이 나지 않아 아마자케를 처음 마시는 사람에게도 추천하는 상품입니다. 포장은 종이팩이고, 주로 30개를 하나의 세트로 판매합니다. 홍보문구는 '국산 쌀 100% 사용', '마시기 쉽고 설탕 미사용', '요리 방법 확인 가능' 등이 있습니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 식혜 제품을 말씀해주세요.**

일본에서 유명한 식혜 제품으로는 한국 B사의 식혜가 있습니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 수정과나 이와 유사한 제품 있다면 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본에서 수정과와 비슷한 제품은 앞에서 언급한 간사이 지방의 '히야시아메'가 있습니다. 유명 제조사로는 S사가 있으며, 해당 제품은 달콤하고 생강 맛이 나기 때문에 인기가 있는 편입니다. 190mL 제품을 판매하고 있으며, 홍보문구로는 '고치현산 생강의 풍부한 풍미', '꿀의 단맛이 잘 섞인 옛날 그대로의 그리운 맛'을 사용하고 있습니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 말씀해주세요.**

일본에 있는 ‘칸비니’라는 한국 편의점을 추천합니다. 해당 매장은 한국 수입품을 판매하고 있으며, 굳이 도쿄에 있는 한인타운에 가지 않아도 각 지역에 매장이 들어서고 있어 접근성 측면에서 매우 효과적인 유통채널입니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 어떤 소비층을 타겟으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.**

한국 문화에 관심이 많은 3-40대의 여성들을 타겟하는 것을 추천합니다. 이들은 가족 단위로 ‘칸비니’에 방문하는 경우가 잦기 때문에 이들을 타겟으로 하고, 오프라인 매장에 신제품 매대를 구성해서 홍보하면 효과가 뛰어날 것 같습니다.

**Q. 일본 소비층의 주요 구매 유통채널이 소비 연령에 따라 어떻게 다른지 말씀해주세요.**

10-40대 여성 소비자들은 ‘신오쿠보’에 위치한 한인타운에 직접 방문하거나 한국 식당 방문을 통해 구매하는 경우가 많습니다. 온라인 유통채널인 아마존, 라쿠텐, 야후쇼핑을 통해 구매하기도 합니다. 50대 이상의 소비자들 또한 한인타운을 직접 방문하거나, 한국 식당에서 구매하는 편입니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

일본 회사와의 협업보다는 일본에 진출해 있는, 오프라인 매장을 보유한 한국 회사와 협업을 우선적으로 진행하는 것이 좋을 것 같습니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 전시회 참여나 직접 홍보를 하려면 구체적으로 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

우선 해당 제품이 일본인 입맛에 맞는 점을 강조하고, 각종 식료품 전시회 참여를 통해 시식 이벤트를 진행하는 것을 추천합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

방문자가 많은 시간대에 할인 행사를 진행하거나, 한국 식당에서 제품 샘플링을 통해 시식 행사를 진행하고 싶습니다. 추가로, 이러한 행사에 필요한 각종 지원이 필요합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.**

주의해야 할 법적 규제로는 일본에서 수입 진행 시 필요한 통관 절차를 비롯해서 식품위생법, 후생노동성 검역소의 규제 준수와 수입 신고 접수 창구에 '식품 등 수입 신고' 절차를 밟아야 합니다. 직수입 업체를 통해 일본에 진출할 경우 제품 라벨, 패키징, 디자인까지 일본 시장에 맞게 재구성하는 것도 잊지 말아야 합니다.

## Interview ②

25)


**강고쿠히로바  
(Kangkoku Hiroba)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1993년 설립된 수입유통업 및 소매업체
  - 취급품목: 식품 및 화장품
  - 주요 수입국: 한국
  - 온/오프라인 유통채널 보유

**담당자 정보  
Manager**
**강고쿠히로바(Kangkoku Hiroba)  
Manager**
**Q. 일본에서 식혜, 수정과의 시장 수요 및 트렌드는 어떠한가요?**

최근 일본에서 식혜는 여름 열사병을 방지할 수 있는 제품으로 알려져 인지도가 상승하고 있습니다. 또한, 수정과의 경우 면역력을 높이고, 소화에 효과가 있는 제품으로 알려졌습니다. 그에 따라 특히 추운 시기에 감기 예방의 목적으로 많은 수요가 있습니다.

**Q. '아마자케' 음용 시, 차갑게 먹는 경우와 따뜻하게 데워 먹는 경우 각각 어떤 때 먹는 음료라는 인식이 있는지 말씀해주세요.**

머리카락의 광택과 탄력에 좋은 영향을 주고 싶은 분들이 아마자케를 차가운 상태로 마시곤 합니다. 반면, 체력이 없거나, 위장이 약하고, 변비를 고민하는 사람들은 아마자케를 따뜻하게 데워먹곤 합니다.

**Q. 일본에서는 아마자케 소비가 계절에 따라 달라지기도 하나요? 달라진다면 이유와 함께 어느 계절에 많이 소비되는지 설명해주세요.**

과거에는 아마자케를 여름에 많이 마셨다고 전해져 옵니다. 또한, 무더위에 지친 몸에 피로회복을 위한 영양 음료라고 해서, '마시는 링겔'이라는 별칭을 얻기도 했습니다.

**Q. 아마자케의 주요 소비 연령대는 어떻게 되는지, 해당 소비층은 아마자케를 어느 유통채널을 통해 구매하는지 말씀해주세요.**

주요 소비층은 50대 이상의 장년층이지만, 무알콜이기에 아이들을 비롯한 젊은 소비자들의 구매 비중이 높아지고 있습니다. 주요 유통채널은 동네 마트나 아마존, 라쿠텐, 야후쇼핑 등의 온라인 유통채널이 있습니다.

**Q. 한국에는 아마자케와 유사한 '식혜'라는 전통 음료가 있습니다. 일본에서의 인지도와 주요 소비층은 어떻게 되는지 말씀해주세요.**

식혜는 한국 문화에 관심이 많거나 한국 식당을 자주 방문하는 소비자들 사이에서 인지도가 높은 편입니다. 이는 주로 30대 이상의 여성들입니다.

**Q. 일본에도 수정과와 비슷한 전통 음료가 있나요? 있다면 무엇인지, 먹는 시기와 주요 소비층, 주요 유통채널을 말씀해주세요.**

수정과와 유사한 제품으로는 오사카 및 간사이 지방에서 제조되는 '히야시야메'라는 음료가 있습니다. 주로 여름에 많이 마시는 편이며, 일본에서 전 연령대가 섭취하는 음료입니다. 수정과는 식혜와 더불어 한국의 전통 음료로 인식되고 있으며, 식혜와 동일하게 30대 이상의 여성이 주요 소비층입니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 아마자케 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본에서 인기 있는 아마자케 제품으로는 M사의 제품이 있으며, 1,000mL 용량의 제품을 종이팩에 넣어 판매하고 있습니다. 제품의 가격은 합리적인 수준이며, 대용량이기 때문에 코스트코나 대형 마트에서 구매하기 용이하다는 점이 장점입니다. 쌀 알갱이가 적어 목 넘김이 부드러우면서도 쌀과 쌀누룩 본래의 단맛이 느껴지고, 감미료를 사용하지 않았음에도 불구하고 깔끔한 단맛으로 소비자들에게 호평을 받는 제품입니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 식혜 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본에서 인기 있는 식혜 제품은 한국의 P사 식혜 제품이 있으며, 일본에 식혜 브랜드가 많이 없기 때문에 해당 제품이 가장 많이 알려져 있습니다. 238mL의 용량의 제품이 캔에 포장되어 판매되고 있으며, '한국 본고장의 맛 그대로'라는 홍보문구를 사용하고 있습니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 수정과나 유사한 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본 내 수정과와 유사한 음료는 H사의 히야시아메 제품이 있습니다. 205mL 용량의 제품을 유리병에 넣어 판매하고 있으며, '여름은 쿨하게, 겨울은 핫하게, 히야시아메'라는 홍보문구를 활용하고 있습니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품 수출 시, 추천하는 유통채널과 타깃 소비층에 대해 말씀해주세요.**

도쿄 '신오쿠보'에 있는 한국 마트를 통해 진출하는 것이 가장 좋을 것 같습니다. 한국 식품을 가장 많이 접할 수 있는 곳이 신오쿠보이며, 현재 일본에서 가장 인기가 많은 지역입니다. 소비층의 경우는 한국을 좋아하고 관심이 있는 소비자들을 대상으로 홍보를 이어가야 합니다.

**Q. 일본 소비층의 주요 구매 유통채널이 소비 연령에 따라 어떻게 다른지 말씀해주세요.**

젊은 소비층은 온라인과 오프라인 채널을 모두 활용합니다. 오프라인으로는 마트나 편의점을 통해 구매하며, 온라인으로는 아마존, 야후쇼핑, 라쿠텐과 같은 유통채널을 통해 구매합니다. 장년층의 경우 동네의 마트나 편의점, 자판기와 같은 오프라인이 주요 구매 창구입니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

식품 전시회에 참가해서 소비자들이 제품을 시식할 수 있게 하는 등의 방식으로 제품을 소개하는 방법을 권장합니다. 또한, ‘신오쿠보’에 위치한 대형 매장들과 협업하여 제품을 진열대에 전시하는 방법도 있습니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 전시회 참여나 직접 홍보를 하려면 구체적으로 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

일본에는 빅사이트라는 전시회가 있으며, 해당 전시회에 참가해서 홍보하는 것을 권장합니다. 또한, 매년 식품 박람회가 크게 열리기 때문에 여기서 직접 바이어에게 제품을 소개하거나 일본의 최신 트렌드에 대한 정보를 얻을 수도 있습니다. 국내산 제품에 대한 선호가 높은 일본 시장 특성상 수입 업자들이 관련 전시회에서 해외 제품, 해외 트렌드, 신제품, 시장성 있는 제품을 발굴하곤 합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

초기 인지도를 높이고, 소비자들로 하여금 제품의 구매율을 높이기 위해 1+1이나 각종 할인 이벤트와 같이 사람들이 관심을 가질만한 프로모션과 관련된 지원이 필요합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.**

일본에서 수입 시 주의해야 할 점으로는 식품첨가물 기준과 농약 잔류 기준 충족 여부가 있습니다. 식품첨가물 기준은 해외에서 판매되고 있는 식품이나 음료에는 일본에서 사용이 인정되지 않는 발색제, 착색료, 보존료 등의 식품첨가물이 사용되는 경우가 있어 성분과 제조방법, 보존 방법을 확인해야 합니다. 또한, 일본은 잔류 농약 등에 관해서 포지티브 목록 제도를 채용하고 있으며, 해당 목록에 없을 경우, 일반적으로 허용되는 일정량은 0.01ppm 이하입니다.

## Interview ③

26)



### 해피그룹(Happy Group) Manager

#### 해피그룹 (Happy Group)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1997년 설립된 수입유통업 및 소매업체
  - 취급품목: 식품 및 화장품
  - 주요 수입국: 한국
  - 온/오프라인 유통채널 보유

#### 담당자 정보

Manager

#### Q. 일본에서 식혜, 수정과의 시장 수요 및 트렌드는 어떠한가요?

일반적으로 수정과는 면역력과 소화에 효과가 있으며 추운 날씨에 감기 예방의 목적으로 많이 찾습니다. 식혜의 경우, 실제 한국 음식점에서 마셔보고 입맛에 맞아 구매하는 고객이 많았습니다. 특유의 달콤함으로 식혜를 찾는 소비자들이 증가하고 있습니다.

#### Q. '아마자케' 음용 시, 차갑게 먹는 경우와 따뜻하게 데워 먹는 경우 각각 어떤 때 먹는 음료라는 인식이 있는지 말씀해주세요.

아마자케는 주로 몸이 지치고, 피로회복이 필요한 여름에 차갑게 마십니다. 더불어 차갑게 섭취할 경우, 미용이나 건강에도 효과가 있다고 알려져 있습니다. 아마자케를 데워먹는 경우에는 60도 정도가 최적의 온도입니다. 60도는 아마자케에 포함된 효소가 가장 효과적으로 작용하는 온도이기 때문입니다. 이와 더불어 겨울에 몸을 따뜻하게 하기 위해 아마자케를 데워먹는 경우도 있습니다.

#### Q. 일본에서는 아마자케 소비가 계절에 따라 달라지기도 하나요? 달라진다면 이유와 함께 어느 계절에 많이 소비되는지 설명해주세요.

아마자케는 겨울에 마신다는 인식이 있기 때문에 사계절 중 겨울에 소비량이 가장 많습니다. 특히 날씨가 추워지면 몸을 따뜻하게 하기 쉬운 노년층들에게 수요가 높은 편입니다.

#### Q. 아마자케의 주요 소비 연령대는 어떻게 되고, 어느 유통채널을 통해 구매하나요?

젊은 층보다는 장년층이 주로 아마자케를 섭취하며, 인터넷 쇼핑이나 동네 마트, 편의점, 자판기 등에서 구매하는 경향이 있습니다.

#### Q. 한국에는 아마자케와 유사한 '식혜'라는 전통 음료가 있습니다. 일본에서의 인지도와 주요 소비층은 어떻게 되는지 말씀해주세요.

앞서 얘기한 대로, 한국 식품에 대한 수요 증가와 더불어 식혜에 대한 관심도가 증가하는 추세입니다. 주로 한국에 관심이 많은 여성이 즐겨 섭취하는 것으로 알고 있습니다. 수정과보다는 식혜의 인지도가 더 높은 편이며, 한국 문화를 좋아하는, 한인타운에 자주 방문하는 여성들이 주로 구매하는 편입니다.

**Q. 일본에도 수정과와 비슷한 전통 음료가 있나요? 있다면 무엇인지, 먹는 시기와 주요 소비층, 주요 유통채널을 말씀해주세요.**

수정과와 유사한 제품으로는 '히야시아메'가 있으며, 여름에 시원하게 마시는 편입니다. 인터넷 쇼핑몰과 편의점, 자판기 등에서 구매가 가능합니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 아마자케 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본에서 인기 있는 아마자케 제품으로는 Y사의 제품이 있습니다. 520mL 용량의 제품을 플라스틱 병에 넣어 판매하고 있습니다. 홍보문구로는 '감미료 미사용! 고급스러운 깊이와 단맛으로 마시기 좋은 맛'을 사용하고 있습니다. 해당 제품을 쌀알이 작아서 목 넘김이 좋고, 쌀누룩의 부드럽고 고소한 풍미, 감미료나 첨가물을 사용하지 않았음에도 느껴지는 풍부한 단맛이 장점으로 꼽힙니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 식혜 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

일본에서 유명한 식혜 제품은 N사의 제품이 있으며, 단호박이 첨가된 식혜이기 때문에 단 맛을 좋아하는 일본인들이 좋아하는 편입니다. 홍보문구로는 '한국 전통 음료 식혜에 단호박 맛을 추가'를 사용하고 있습니다.

**Q. 현재 일본에서 인기 있는 수정과나 유사한 제품이 있다면, 제품과 인기 이유를 함께 말씀해주세요.**

수정과와 유사한 제품인 O사의 히야시아메 제품이 있으며, 적당한 생강 맛과 너무 달지 않은 맛 덕에 인기가 있습니다. 170-230mL 용량의 제품을 캔에 넣어 판매하고 있으며, 홍보문구로는 '그리운 맛을 찾아주는 맛'을 사용하고 있습니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품 수출 시, 추천하는 유통채널과 타깃 소비층에 대해 말씀해주세요.**

한국 식품 회사와 협업하여 수출하는 것이 좋을 것 같습니다. 일본 회사와 직접적으로 협업하는 것은 어려움이 있으며, 일본 현지에서 다년간 활동 이력을 보유하고 있는 한국 회사와 협업하는 것이 좋습니다. 또한, 현재는 한국 문화를 좋아하는 나이대가 있는 여성들이 주로 주요 소비층이지만, 일본 젊은 세대를 대상으로 한국 젊은 세대들이 식혜를 어떻게 소비하는지 알려주면 좋을 것 같습니다.

**Q. 일본 소비층의 주요 구매 유통채널이 소비 연령에 따라 어떻게 다른지 말씀해주세요.**

젊은 세대는 한인 타인에 방문하거나 인터넷 쇼핑을 통해 구입하며, 장년층은 인터넷 쇼핑 및 동네 마트, 편의점 등을 활용하는 편입니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 어떤 경로로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

‘신오쿠보’에 있는 한국 식당 내에서 샘플링 행사 진행 등의 협업을 통해 홍보를 진행하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한, 주로 식혜나 수정과는 한국에서 식후에 마시기 때문에, 이에 대한 안내를 병행하며 행사를 진행할 것을 권장합니다.

**Q. 한국의 식혜 및 수정과 제품을 일본에서 홍보 시, 전시회 참여나 직접 홍보를 하려면 구체적으로 어떤 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.**

일본에는 식품 박람회와 ‘마쿠하리 빅사이트’ 전시회가 있습니다. 해당 전시회에 참가하여 일본 바이어들을 물색할 수 있습니다. 또한, 트렌드를 확인하고, 고객사 제품의 발전을 위한 요소를 전시회와 박람회 등의 참여로 찾을 수 있습니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.**

일본의 아마자케와 비슷한 음료로서, 차이점에 대한 안내가 필요합니다. 이와 동시에 시식 행사와 다른 한국 식품과의 콜라보를 통해 판매하면 좋을 것 같습니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 한국의 식혜 및 수정과 제품 수입 시, 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.**

2015년에 개정된 통합 식품표시법과 명칭, 알레르겐, 보존 방법, 소비 기한, 원재료, 첨가물, 영양 성분의 양 및 열량, 원산지 기타 식품 관련 사업자가 표시해야 할 사항들을 준수해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점



# Export Insights

## 시장수요

일본 對한국 식혜 수입  
높은 증가세



일본 무알코올 음료 시장규모는 향후 5년간 3.5%씩 증가할 것으로 전망되며, 무탄산 음료 시장규모는 향후 5년간 2.4%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2202.99의 일본 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 2.9%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 31.9%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 일본의 식혜 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 스위스의 연평균성장률은 3.7%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 일본 내 소비자들의 건강에 대한 관심 증가로 식혜에 대한 인기가 높아지고 있음. 또한, 수정과는 오한, 코 막힘, 초기 감기 시 도움을 줄 수 있다고 알려져 인지도가 상승하고 있음. 식혜와 비슷한 아마자케의 경우 마시면 몸이 따뜻해지고, 피로를 풀어주는 효능도 있어서 겨울에 소비가 많다고 답변함



### 소비 특징 ①

일본 식혜 시장 내  
'아마자케' 인기 높음



일본 온라인 쇼핑물 판매 식혜 경쟁제품 키워드 분석 결과, 일본식 식혜인 아마자케가 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 식혜나 쌍화차, 아마자케 분말, 아몬드차, 수정과 등의 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨. 또한, 여러 가지 과일 맛을 첨가하거나 분말 형태로 가공하는 등 일본 전통음료인 아마자케를 다각화한 제품이 다수 등장함

일본 식혜 시장 내 주요 브랜드로는 마르코메, 시노자키, 모리나가, 야미자키 순서대로 시장점유율이 높았음. 또한, 팔도, 담터, 오투기, 곰표 등의 한국 브랜드도 확인됨



### 소비 특징 ②

'한국산', '전통음료' 등의 제품  
홍보문구 다수



일본 식혜 시장 내 '한국산' 홍보문구를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 또한, '건강음료', '설탕 무첨가' 등 전통 방식으로 제조하여 유해한 첨가물이 함유되지 않은 점을 강조하는 제품 홍보문구도 다수 확인됨

일본 온라인 쇼핑물 판매 제품 패키징 키워드 분석 결과, '병' 키워드가 가장 많이 도출됨. 또한, 캔, 봉지, 팩 등의 패키징 키워드도 다수 확인됨. 일반적으로 식혜 제품은 중량과 관계없이 날개 판매보다는 묶음 판매 제품이 다수임



## 일본 식혜 유통 비중



## 유통채널



일본 식혜를 비롯한 소매 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓(26.5%)이 가장 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 편의점(16.7%), 드럭스토어(5.8%), 백화점(3.5%), 방문 판매 및 온라인 유통채널 등이 포함된 기타(47.5%) 채널이 일본 내 식혜의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 일본 내 식혜의 주요 유통채널은 아마존, 야후쇼핑, 라쿠텐과 같은 온라인 플랫폼, 아시안/한인마트, 편의점, 자판기 등이라고 답변함.

## 진입장벽

- ▶ Point 1) 후생노동성 사전등록 必
- ▶ Point 2) 수출입관리안전우수업체(AEO)
- ▶ Point 3) HACCP 인증 권장



일본으로 식혜 수출 시, WTO 협정세율에 따라 13.4%가 적용됨. 또한, 일본으로 가공식품 수출 시, 일본 후생노동성의 사전등록 절차를 필수로 밟아야 함. 또한, 수출입안전관리우수업체(AEO) 제도를 통해 신속한 통관 및 비용 절감 등의 효과를 누릴 수 있음. 품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 일본어로 표기해야 하고, 폰트 최소 사이즈는 8 포인트여야 함

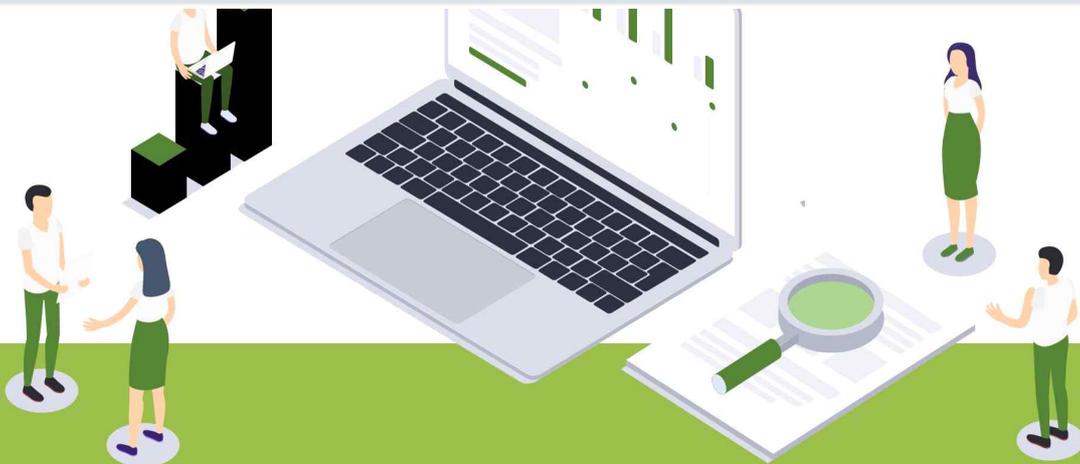
## 수출 확대 전략

셀링 포인트  
&  
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 일본 소비자들 사이에서 실제 한국 음식점에서 식혜나 수정과를 마셔보고 입맛에 맞아 구매하는 고객들이 많은 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품 홍보 시, 한국 식당 내에서 식혜에 마시는 제품이라는 안내를 병행하여 시음 행사를 진행할 것을 권장함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 소비자 가격은 경쟁제품 가격 대비 저렴한 편인 것으로 확인됨. 홍보문구에 식혜에 대추나 잣을 곁들이면 맛이 더욱 좋다는 문구를 추가할 것과 건강 음료로서의 효능이나 식사 이후 입가심용으로 좋은 제품이라는 것을 강조할 것을 추천함. 또한, 일본 젊은 세대를 대상으로 한국 젊은 세대가 식혜를 어떻게 소비하는 지 알려주는 방식으로 홍보할 것을 추천함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 식품음료신문, ‘커지는 일본 non알코올 음료 시장에 ‘기능성’ 추가’, 2023.01
3. 스태티스타(Statista), 「Non-Alcoholic Drinks\_Japan」, 2023.08
4. 스태티스타(Statista), 「Non-Carbonated Soft Drinks\_Japan」, 2023.08
5. 스태티스타(Statista), 「Distribution of retail sales in South Korea in 2022, by channel」, 2023.02
6. 일본 경제산업성(METI: Ministry of Economy, Trade and Industry), 「經濟産業省生産動態統計調査」, 2023.08
7. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「식품위생법(食品衛生法)」, 2020.06
8. 일본 후생노동성(MHLW: Ministry of Health, Labor and Welfare), 「건강증진법(健康増進法)」, 2020.04
9. aT 한국농수산물유통공사, 「농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2022.09
10. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(일본편)」, 2020.12
11. 식품안전정보원, 「식품표시기준 Q&A 제2장 가공식품(최종개정 2021년 3월 17일)」, 2021.03
12. KATI농식품수출정보, ‘일본, 후생노동성의 식품 기준 심사와 소비자청으로 이관’, 2023.06

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. ITC(International Trade Centre) ([www.intracen.org](http://www.intracen.org))
3. 일본 큐텐(Qoo10) ([www.qoo10.jp](http://www.qoo10.jp))
4. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
5. 라이프(Life) ([www.lifecorp.jp](http://www.lifecorp.jp))
6. 니케이아시아(Nikkei Asia) ([asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com))
7. 세이유(SEIYU) ([www.seiyu.co.jp](http://www.seiyu.co.jp))
8. 맥스밸류(MaxValu) ([www.maxvalu.co.jp](http://www.maxvalu.co.jp))
9. 홋카이도 가이드(Hokkaido Guide) ([hokkaidoguide.com](http://hokkaidoguide.com))
10. 세븐일레븐(セブン-イレブン) ([www.sej.co.jp](http://www.sej.co.jp))
11. 뉴스위크(NewsWeek) ([www.newsweek.com](http://www.newsweek.com))
12. 론리플래닛(Lonely Planet) ([www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com))
13. 라이브재팬퍼펙트가이드(LIVE JAPAN Perfect Guide) ([livejapan.com](http://livejapan.com))
14. 위키피디아(Wikipedia) ([ja.wikipedia.org](http://ja.wikipedia.org))
15. 패밀리마트(FamilyMart) ([www.family.co.jp](http://www.family.co.jp))
16. 재팬트래블(JapanTravel) ([en.japantravel.com](http://en.japantravel.com))
17. 식품신문(食品新聞) ([shokuhin.net](http://shokuhin.net))
18. 장터 한국광장(韓国広場) ([shopping.geocities.jp/hiroba](http://shopping.geocities.jp/hiroba))
19. 예스마트(Yesmart) ([yesmart.co.jp](http://yesmart.co.jp))
20. 구글맵(Google Maps) ([google.co.kr/maps](http://google.co.kr/maps))
21. 아마존 재팬(Amazon Japan) ([www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp))
22. 시밀러웹(Similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
23. 라쿠텐(Rakuten) ([www.rakuten.com.jp](http://www.rakuten.com.jp))
24. KEB하나은행 ([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
25. 일본후생노동성 ([www.mhlw.go.jp](http://www.mhlw.go.jp))
26. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
27. 관세법령정보포털 ([www.unipass.customs.go.kr](http://www.unipass.customs.go.kr))
28. 일본 농림수산업(MAFF: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
29. 일본 소비자청(CAA: Consumer Affairs Agency) ([www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp))
30. 한국식품안전관리인증원 ([fresh.haccp.or.kr](http://fresh.haccp.or.kr))
31. 벡티지(VECTEEZY) ([vecteezy.com](http://vecteezy.com))
32. 칸비니(Kanbini) ([www.kanbini.co.jp](http://www.kanbini.co.jp))
33. 캉고쿠히로바(Kangkoku Hiroba) ([www.ehiroba.jp](http://www.ehiroba.jp))
34. 해피그룹(Happy Group) ([www.kankoku.co.jp](http://www.kankoku.co.jp))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.22

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea